

IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

In re Application of:

Masashi UYAMA et al.

Group Art Unit:

Serial No.:

Examiner:



Filed: December 18, 2000

For: ADVERTISEMENT DISTRIBUTING METHOD AND SYSTEM

**SUBMISSION OF CERTIFIED COPY OF PRIOR
FOREIGN APPLICATION IN ACCORDANCE WITH
THE REQUIREMENTS OF 37 C.F.R. § 1.55**

Assistant Commissioner for Patents
Washington, D.C. 20231

Sir:

In accordance with the provisions of 37 C.F.R. § 1.55, the applicant(s) submit(s)
herewith a certified copy of the following foreign application(s):

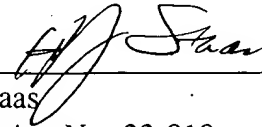
Japanese Patent Application No. 2000-169316
Filed: June 6, 2000

It is respectfully requested that the applicant(s) be given the benefit of the foreign filing
date, as evidenced by the certified papers attached hereto, in accordance with the requirements
of 35 U.S.C. § 119.

Respectfully submitted,
STAAS & HALSEY LLP

Date: December 18, 2000

By:


H. J. Staas
Registration No. 22,010

700 Eleventh Street, N.W.
Suite 500
Washington, D.C. 20001
Telephone: (202) 434-1500
Facsimile: (202) 434-1501

日 本 国 特 許 庁

PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT

JC882 U.S. PTO
09/737846
12/18/00

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

出 願 年 月 日

Date of Application:

2000年 6月 6日

出 願 番 号

Application Number:

特願2000-169316

出 願 人

Applicant(s):

富士通株式会社

2000年11月 6日

特許庁長官
Commissioner,
Patent Office

及川耕造

【書類名】 特許願

【整理番号】 0095113

【提出日】 平成12年 6月 6日

【あて先】 特許庁長官 殿

【国際特許分類】 G09F 19/00

【発明の名称】 広告配布方法および広告配布システム

【請求項の数】 10

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 宇山 政志

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 岩山 登

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 神田 陽治

【発明者】

【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

【氏名】 木島 裕二

【特許出願人】

【識別番号】 000005223

【氏名又は名称】 富士通株式会社

【代理人】

【識別番号】 100095555

【弁理士】

【氏名又は名称】 池内 寛幸

【電話番号】 06-6361-9334

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 012162

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9803089

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 広告配布方法および広告配布システム

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 顧客情報から広告対象である商品の見込み顧客を検索する見込み顧客検索ステップと、

小売店情報から前記見込み顧客それぞれに対して、前記商品を販売可能な小売店を検索する小売店検索ステップと、

前記小売店ごとに、当該小売店が前記商品を販売可能な見込み顧客リストを作成し、当該小売店に通知する見込み顧客通知ステップと、

前記小売店が、通知された見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して、前記商品に関する広告を配布するか否かを選別する広告配布選別ステップと、

あらかじめ登録されている前記広告に対して、前記小売店を識別しうる小売店識別情報を付加した名入れ広告を生成する名入れ広告生成ステップと、

前記広告配布選別ステップにおいて広告を配布すると選別された見込み顧客に対して、前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布ステップとを備えたことを特徴とする広告配布方法。

【請求項 2】 小売店が広告したい商品を指定する広告対象商品指定ステップと、

顧客情報から前記商品の見込み顧客を検索する見込み顧客検索ステップと、

前記小売店が、検索された見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して、前記商品に関する広告を配布するか否かを選別する広告配布選別ステップと、

あらかじめ登録されている前記広告に対して、前記小売店を識別しうる小売店識別情報を付加した名入れ広告を生成する名入れ広告生成ステップと、

前記広告配布選別ステップにおいて広告を配布すると選別された見込み顧客に対して、前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布ステップとを備えたことを特徴とする広告配布方法。

【請求項 3】 小売店の店頭において広告対象である商品を指定するステップと、

前記小売店が馴染み客情報から各馴染み客に対して前記商品に関する広告を配

布するか否かを選別する馴染み顧客選別ステップと、

前記小売店が前記商品を販売可能な見込み顧客を検索し、見込み顧客リストを作成する見込み顧客検索ステップと、

前記見込み顧客リストから、前記馴染み客選別ステップにおいて広告を配布しないと選別された顧客を削除し、更に前記馴染み客選別ステップにおいて広告を配布すると選別された顧客を追加した広告配布準備リストを作成する馴染み客追加ステップと、

前記広告に対して、前記小売店を識別しうる小売店識別情報を付加した名入れ広告を生成する名入れ広告生成ステップと、

前記広告配布準備リストの顧客に対して前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布ステップとを備えたことを特徴とする広告配布方法。

【請求項 4】 前記商品の広告について広告提供主となる者に対して広告ごとに課金する広告単価を設定する広告単価設定ステップと、

見込み顧客に対する配布 1 件あたり小売店に提供する見込み顧客配布手数料の単価を設定する見込み顧客配布手数料単価設定ステップと、

前記馴染み顧客に対する配布 1 件あたりに小売店に提供する馴染み客手数料の単価を設定する馴染み客配布手数料単価設定ステップと、

前記広告単価に対して前記名入れ広告配布ステップにおいて配布された名入れ広告の数を掛け合わせて広告料を算出する広告料算出ステップと、前記広告料を前記広告提供主に請求する広告料請求ステップと、

前記見込み顧客配布手数料単価と見込み顧客に配布された名入れ広告の数を掛け合わせたものに、前記馴染み客配布手数料単価と前記馴染み客に配布された名入れ広告の数を掛け合わせたものを足して算出する広告配布小売店手数料提供ステップを備えた広告配布課金処理ステップを備えた請求項 3 に記載の広告配布方法。

【請求項 5】 前記商品の広告提供主となる者に対して前記商品の販売実績 1 件あたりに課金する販売手数料単価を設定する販売手数料単価設定ステップと、

前記商品広告の配布を受けた顧客に対して前記商品を販売した販売実績を取得する販売実績取得ステップと、

見込み顧客に対する前記販売実績 1 件あたりに小売店に提供する見込み顧客販売手数料の単価を設定する見込み顧客販売手数料単価設定ステップと、

前記馴染み客に対する前記販売 1 件あたりに前記小売店に提供する馴染み客販売手数料の単価を設定する馴染み客販売手数料単価設定ステップと、

前記販売手数料単価に対して前記販売実績取得ステップにおいて得られた販売実績数を掛け合わせて販売手数料を算出する販売手数料算出ステップと、

前記見込み顧客販売手数料単価と見込み顧客に対する販売実績数を掛け合わせたものに、前記馴染み客販売手数料単価と前記馴染み客に対する販売実績を掛け合わせたものを足して算出する小売店販売手数料提供ステップを備えた販売課金処理ステップを備えた請求項 3 の広告配布方法。

【請求項 6】 顧客データベースから、広告対象である商品に対する見込み顧客を検索する見込み顧客検索部と、

小売店情報を格納した小売店データベースと、

前記小売店データベースから、前記商品を前記見込み顧客に対して販売可能な小売店を検索する小売店検索部と、

小売店ごとの見込み顧客のリストである広告配布見込み顧客リストを生成する広告配布見込み顧客リスト生成部と、

前記小売店に対して前記広告配布見込み顧客リストを提示する広告配布見込み顧客リスト提示部を備えた見込み顧客通知部と、

前記小売店が、前記広告配布見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して前記商品の広告を配布するか否かを選別する広告配布選別部と、

前記小売店を識別する小売店識別情報を持たせた名入れ広告を生成する名入れ広告生成部と、

前記広告配布選別部において名入れ広告を配布すると選別された見込み顧客に対して前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布部とを備えた広告配布システム。

【請求項 7】 前記商品広告の配布開始日時を示す情報を広告配布開始要件とし、

前記広告配布開始要件の示す日時になるまで前記広告配布選別部における見込

み顧客の選別の受け付け処理を継続させ、前記広告配布開始要件の示す日時になれば、前記名入れ広告生成部と前記名入れ広告配布部を起動するように制御する広告配布日時制御部を備えた請求項 6 に記載の広告配布システム。

【請求項 8】 アクセス可能な顧客データベースから、広告対象である商品に対する見込み顧客を検索する見込み顧客検索部と、

小売店情報を格納した小売店データベースと、

前記小売店データベースから、前記商品を前記見込み顧客に対して販売可能な小売店を検索する小売店検索部と、

小売店ごとの見込み顧客のリストである広告配布見込み顧客リストを生成する広告配布見込み顧客リスト生成部と、

前記小売店ごとの広告配布見込み顧客リストを小売店に送信する広告配布見込み顧客リスト送信部と、

前記小売店が前記広告配布見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して前記商品の広告を配布するか否かを選別した結果を受信し、該結果に基づいて前記小売店を識別する小売店識別情報を持たせた名入れ広告を生成する名入れ広告生成部と、

前記広告配布選別部において名入れ広告を配布すると選別された見込み顧客に対して前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布部とを備えたことを特徴とする広告配布サーバ。

【請求項 9】 広告配布サーバによるアクセス可能な顧客データベースから広告対象である商品に対する見込み顧客の検索結果である広告配布見込み顧客リストの通知を受け、当該リストを提示する広告配布見込み顧客通知部と、

前記広告配布見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して前記商品の広告を配布するか否かを選別する広告配布選別部と、

前記広告配布選別部の選別結果を前記広告配布サーバに返信する広告配布選別結果通知部を備え、

前記広告配布サーバに対して、広告を配布するように指定した顧客に対してのみ広告配布を依頼することを特徴とする広告配布クライアント。

【請求項 1 0】 広告対象である商品の広告を、当該商品購入が想定される見

込み顧客に対して配布する広告配布システムを実現する処理ステップを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体であって、

顧客情報から広告対象である商品の見込み顧客を検索する見込み顧客検索ステップと、

小売店情報から前記見込み顧客それぞれに対して、前記商品を販売可能な小売店を検索する小売店検索ステップと、

前記小売店ごとに、当該小売店が前記商品を販売可能な見込み顧客リストを作成し、当該小売店に通知する見込み顧客通知ステップと、

前記小売店が、通知された見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して、前記商品に関する広告を配布するか否かを選別する広告配布選別ステップと、

あらかじめ登録されている前記広告に対して、前記小売店を識別しうる小売店識別情報を付加した名入れ広告を生成する名入れ広告生成ステップと、

前記広告配布選別ステップにおいて広告を配布すると選別された見込み顧客に対して、前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布ステップとを備えた処理プログラムを記録したことを特徴とする記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、中小小売店の新規顧客開拓のためにインターネットプロバイダなどが管理する顧客データから見込み顧客を発見し、当該見込み顧客と中小小売店の馴染み顧客との間の調和を図りつつ、広告対象となった商品の広告を配布する広告配布システムに関する。

【0002】

【従来の技術】

従来技術において、小売店がターゲットを絞った広告を発行する手段として、会員カードなど顧客識別情報を使った優良顧客プログラム（フリークエント・ショッパ・プログラム）が知られており、多くの小売店で導入されている。優良顧客プログラムは、例えば商品の購入時に顧客から提示された会員カードなどにより顧客を識別し、顧客ごとの商品購入情報を集めて管理するものであり、顧客ご

との購買行動の追跡ができる。また、顧客情報を優良顧客プログラム入会時などに顧客の了解のもとに得ておけば、これら顧客情報に含まれる顧客の趣味趣向を示す情報と過去の購買履歴に基づく購買行動の分析に基づいて、どのような属性を持つ顧客がどんな商品をいつごろ買うかという動向をある程度予想することが可能となる。この動向を踏まえてターゲットを絞ったダイレクトメールなどの広告を発行することが可能となる。

【0003】

上記従来の優良顧客プログラムは、新規顧客の開拓が目的ではなく、既に獲得した顧客が一生の間に当該小売店で購入するシェアを拡大することに目的があると言える。このため、優良顧客プログラムは、既に多くの優良顧客を抱えた大規模店などに向けたプログラムであり、大規模店に顧客が奪われて顧客減少傾向にある中小規模の小売店が優良顧客データベースを管理したとしても、活用メリットは少ないと言える。購買履歴の分析に基づいて、誰がどんな商品をいつごろ買うかということを予想するには、顧客の購買履歴を分析するデータマイニングツールが必要であるが、顧客の絶対数が少ないときには、投資に見合う効果が期待できないからである。また、誰がどんな商品をいつごろ買うかということを予想がついたとしても、中小小売店は顧客に商品情報を伝える広告を小売店自身の手で作る必要があり、広告配布数が少ないので広告配布数の作成コストが割高となり、投資に見合う効果が期待できない。

【0004】

このように、従来の優良顧客プログラムでは、顧客ごとの顧客購買履歴情報をデータベース化して蓄積するが、既存の馴染み顧客の情報しか管理していないので、新規顧客開拓のためには顧客購買履歴情報を使うことができない。

【0005】

そこで、一般に顧客絶対数の少ない中小小売店では、既存の馴染み顧客だけでなく、新規顧客の開拓あるいは他の大規模店に奪われた客足を再び獲得する必要があるが、中小小売店にとって、既存の馴染み客へのサービスを維持しつつ、新規顧客の開拓を行うことは高いコストが要求される。

【0006】

顧客を開拓する有効な手法として、商品の広告を顧客に対して配布するという方法がある。広告は、一般消費者向け商品を製造する各種製造業者にとって、自社新製品を告知したり、自社のブランドイメージを浸透させたり、自社製品の他社製品に比べての優位性を主張したりするための有効な手段であるが、過大の広告費用の投入は、販売コストの上昇につながるため、製品の潜在的な購入者層を特定し、ターゲットを絞った広告をすることが望まれる。

【 0 0 0 7 】

そこで、広告配布先のターゲットをよりの確に絞ることができることに注目した広告配布システムとして、特開平9-91358「情報提供装置および方法」がある。これは、送り手が発信する多様な情報の配布先を効果的に絞り込むために、受け手が広告受信要件を、送り手が広告送信要件を登録し、双方の要件の照合を行っている。この特開平9-91358の仕組みでは、利用者があらかじめ個人プロフィールを提出することおよび個人プロフィールを用いて広告が送られてくることを承諾しておく必要がある。一般にサービスを受ける際に、利用者側に一定の負担がかかる場合、利用者の事前承諾が必要である。ここではこのような利用者の事前承諾を前提としたサービス提供形態を「オプトイン」と呼び、利用者の承諾のもと個人プロフィールを用いて個々の利用者にあった広告を選別配布する広告配布システムを「オプトイン広告配布システム」と呼ぶ。

【 0 0 0 8 】

従来の広告媒体（新聞、雑誌、テレビなど）では、広範囲の地域に同一の広告を流すために、「お近くの〇〇社のお店に」といった曖昧な小売店の提示しか出来なかった。しかし、特開平9-91358のようなオプトイン広告配布システムによれば、広告配布先の個々の相手の住所情報を用いて、近隣の小売店を特定し、広告に当該小売店名を挿入することが可能となる。例えば、「ご購入は、本町交差点北、〇〇店へ」といった文章を挿入可能である。すなわち、特開平9-91358の仕組みに加えて、「商品、その商品を扱う小売店、小売店の住所」を管理するデータベースがあれば、商品広告の中に、「利用者は、どこにいけば、その商品が手に入るか？」という情報を示す小売店情報を追加することができ、広告を受取った利用者にとっての便利さが向上する。

【 0 0 0 9 】

そこで、提供する商品広告に、該商品を販売する小売店情報を追加挿入する「名入れ」が必要となる。このように名入れを行った広告を名入れ広告と呼ぶ。名入れ広告により、広告の受け手は、広告の商品を手に入れる場所を特定でき、購入しやすくなる。このため、製造業者にとっては商品の売り上げ増につながる。また、小売店にとっては、広告費をかけずに自分の店に客を呼び込むことができる。

【 0 0 1 0 】

図 2 8 は、従来技術において想定しうるオプトイン名入れ広告配布システムの構成を示すブロック図である。商品広告データベース 7 0 1 は、商品製造業者が提供する商品広告データを格納するものであり、商品広告データには、広告 I D、商品 I D、商品名、商品種、広告データの他、どのような相手に広告を配布したいかを定義した広告送信要件が含まれる。

【 0 0 1 1 】

顧客データベース 7 0 2 は、広告の配布を希望する顧客の個人プロフィールを格納するものであり、個人プロフィールには、顧客 I D、顧客名、電子メールアドレスの他、どのような広告を送信してもらいたいかに定義した広告受信要件が含まれる。

【 0 0 1 2 】

小売店選択部 7 0 5 は、広告商品の種別を取り扱い種別に持つ小売店を、小売店データベース 7 0 4 から抽出し、更に、広告配布先の顧客の住所を顧客データベースから検索し、該住所にもっとも近い住所の小売店を選択する部分である。小売店データベース 7 0 4 は、小売店の店舗 I D、名前、住所、電話番号、取り扱い商品種別を保持している。

【 0 0 1 3 】

配布リスト作成部 7 0 3 は、広告受信要件と広告送信要件を参照し、双方の条件が満たす広告と顧客の組を抽出し、「広告 I D、顧客 I D、商品 I D、店舗 I D」の組の集合である配布リストを作成する。

【 0 0 1 4 】

広告情報配布部 7 0 6 は、配布リストの各要素に対して、広告 I D に該当する広告データに、店舗 I D に該当する小売店の情報を挿入し広告データを加工し、顧客 I D に該当する顧客の電子メールアドレスに配布する。なお、名入れ部 7 0 7 は各広告に対する広告データを商品広告データベース 7 0 1 から検索し、店舗 I D で識別される小売店の名前、住所、電話番号を小売店データベース 7 0 4 から検索し、小売店の名前、住所、電話番号の挿入された名入れ広告データを作成する。広告情報配布部 7 0 6 は、この名入れ広告データを、電子メールで広告配布先の顧客に配布する。

【 0 0 1 5 】

【発明が解決しようとする課題】

従来のオプトイン名入れ広告配布システムでは、小売店や製造業者から独立した第三者が、個人プロフィールの収集管理を行うことができる。例えば、インターネットのサービスプロバイダや、クレジットカード会社が、利用者の許諾のもとで個人プロフィールを収集管理することが考えられる。優良顧客プログラムの顧客データベースは小売店の馴染み顧客のデータベースであったが、オプトイン広告配布システムの顧客データベースは特定小売店の顧客に限定されない規模の大きい顧客データベースを利用することができるので新規顧客の開拓に利用可能である。つまり、顧客データベースに登録されている利用者が多ければ多いほど、個人プロフィールが詳細であればあるほど、新規顧客獲得に利用価値は高くなる。

【 0 0 1 6 】

小売店が広告配布システムを利用して多くの見込み顧客に対して名入れ広告の発行を行えば新規顧客の開拓につながる。

【 0 0 1 7 】

しかし、このような従来技術で想定されるオプトイン名入れ広告配布システムでは、新規顧客としての見込み顧客と小売店の既存の馴染み客との間の調和を図ることができず、以下に示すような馴染み顧客の信頼を失うという問題がある。例えば、中小小売店がオプトイン名入れ広告システムを新規顧客の開拓に使う場合、オプトイン名入れ広告システムの顧客データベースから得られた顧客には、

広告配布といったサービスが提供されるのに対し、従来の馴染み客には何もサービスされないという問題が生じる。この問題は小売店が自分の店の馴染み客の顧客情報をオプトイン名入れ広告配布システム側に提供し、見込み顧客と小売店の既存の馴染み客を一律に同じ広告を配布することで解決できる。しかし、小売店の財産である顧客情報を大規模顧客データベースの一部として提供することは小売店からの抵抗が強く、現実的な解決手段ではない。また、オプトイン名入れ広告配布システムの大規模顧客データベースと、小売店が独自にもつ顧客情報は、データ内容や属性も異なり、さらに、顧客情報の利用範囲、利用方法に対する顧客の許諾条件が異なるため、単純に小売店が独自にもつ顧客情報を、オプトイン名入れ広告配布システムの大規模顧客データベースに供与することはできない。

【 0 0 1 8 】

更に重要な問題は、オプトイン名入れ広告配布システムの大規模顧客データベースに登録されている顧客の一部と、小売店独自の馴染み顧客が重複している場合に以下の不都合が生じることである。見込み顧客と小売店の既存の馴染み客を一律に同じ広告を配布した場合、馴染み顧客にとれば取引が多く、自分の購入履歴を良く知っているはずの小売店の名において場違いなダイレクトメールが送られてくるケースが発生する。例えば、この前に同店で商品を購入したにもかかわらず、当該店から同じ商品を買うように推薦するダイレクトメールは不適切なもので馴染み顧客の心証を悪くする。

【 0 0 1 9 】

本発明は、見込み顧客を発見するための小売店の顧客データベースではない外部の顧客データベースとして大規模なものを用いつつ、小売店が広告の配布に際して配布先をきめ細かく調整できる広告配布システムおよび方法を提供することを目的とする。

【 0 0 2 0 】

また、本発明は、小売店が広告の配布に際して調整する場合に、財産である小売店の馴染み顧客の顧客情報を、他に渡したり開示することなく広告配布先をきめ細かく調整できる広告配布システムおよび方法を提供することを目的とする。

【 0 0 2 1 】

また、本発明は、名入れ広告の生成にあたり、小売店が低コストで該当商品の広告を生成できる広告配布システムおよび方法を提供することを目的とする。

【 0 0 2 2 】

【課題を解決するための手段】

上記課題を解決するために、本発明の広告配布方法は、顧客情報から広告対象である商品の見込み顧客を検索する見込み顧客検索ステップと、小売店情報から前記見込み顧客それぞれに対して、前記商品を販売可能な小売店を検索する小売店検索ステップと、前記小売店ごとに、当該小売店が前記商品を販売可能な見込み顧客リストを作成し、当該小売店に通知する見込み顧客通知ステップと、前記小売店が、通知された見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して、前記商品に関する広告を配布するか否かを選別する広告配布選別ステップと、あらかじめ登録されている前記広告に対して、前記小売店を識別しうる小売店識別情報を付加した名入れ広告を生成する名入れ広告生成ステップと、前記広告配布選別ステップにおいて広告を配布すると選別された見込み顧客に対して、前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布ステップとを備えたことを特徴とする。

【 0 0 2 3 】

上記構成により、見込み顧客を発見するための顧客データベースとして大規模なものをを用いつつ、小売店が広告の配布に際して配布先をきめ細かく調整できる。さらに、小売店が広告配布先を調整する場合に、小売店の馴染み顧客の顧客情報を、他に渡したり開示することなく広告配布先をきめ細かく調整できる。

【 0 0 2 4 】

また、本発明の広告配布方法は、小売店が広告したい商品を指定する広告対象商品指定ステップと、顧客情報から前記商品の見込み顧客を検索する見込み顧客検索ステップと、前記小売店が、検索された見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して、前記商品に関する広告を配布するか否かを選別する広告配布選別ステップと、あらかじめ登録されている前記広告に対して、前記小売店を識別しうる小売店識別情報を付加した名入れ広告を生成する名入れ広告生成ステップと、前記広告配布選別ステップにおいて広告を配布すると選別された見込み顧客に対して、前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布ステップとを備えたことを

特徴とする。

【 0 0 2 5 】

上記構成により、小売店側からの発意により、広告を打ちたい商品を選定し、当該商品の見込み顧客を発見するための顧客データベースとして大規模なものを用いつつ、小売店が広告の配布に際して配布先をきめ細かく調整できる。

【 0 0 2 6 】

また、本発明の広告配布方法は、小売店の店頭において広告対象である商品を指定するステップと、前記小売店が馴染み客情報から各馴染み客に対して前記商品に関する広告を配布するか否かを選別する馴染み顧客選別ステップと、前記小売店が前記商品を販売可能な見込み顧客を検索し、見込み顧客リストを作成する見込み顧客検索ステップと、前記見込み顧客リストから、前記馴染み客選別ステップにおいて広告を配布しないと選別された顧客を削除し、更に前記馴染み客選別ステップにおいて広告を配布すると選別された顧客を追加した広告配布準備リストを作成する馴染み客追加ステップと、前記広告に対して、前記小売店を識別しうる小売店識別情報を付加した名入れ広告を生成する名入れ広告生成ステップと、前記広告配布準備リストの顧客に対して前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布ステップとを備えたことを特徴とする。

【 0 0 2 7 】

上記構成により、小売店の発意により、小売店側の管理する馴染み客のうち、広告配布を行いたい顧客を指定することができ、当該指定に基づいて大規模データベースにより一律に選んだ見込み顧客のリスト内容を調整することができる。

【 0 0 2 8 】

次に、本発明の広告配布システムは、広告数に応じた課金を処理することができる。本発明の広告配布システムにおいて、前記商品の広告について広告提供主となる者に対して広告ごとに課金する広告単価を設定する広告単価設定ステップと、見込み顧客に対する配布 1 件あたり小売店に提供する見込み顧客配布手数料の単価を設定する見込み顧客配布手数料単価設定ステップと、前記馴染み顧客に対する配布 1 件あたりに小売店に提供する馴染み客手数料の単価を設定する馴染み客配布手数料単価設定ステップと、前記広告単価に対して前記名入れ広告配布

ステップにおいて配布された名入れ広告の数を掛け合わせて広告料を算出する広告料算出ステップと、前記広告料を前記広告提供主に請求する広告料請求ステップと、前記見込み顧客配布手数料単価と見込み顧客に配布された名入れ広告の数を掛け合わせたものに、前記馴染み客配布手数料単価と前記馴染み客に配布された名入れ広告の数を掛け合わせたものを足して算出する広告配布小売店手数料提供ステップを備えた広告配布課金処理ステップを備えたことを特徴とする。

【 0 0 2 9 】

上記構成により、広告提供主から広告配布数に応じた従量広告料金を徴収することができ、小売店側に対して各小売店の名入れがされた広告を配布した数に応じた従量広告料金を徴収することができる。なお、広告配布システム運営者は、前者と後者の差額を得ることができる。本発明の広告配布システムは、広告提供主、小売店、システム運営者の3者ともにメリットのあるシステムと言える。

【 0 0 3 0 】

本発明の広告配布システムは、販売実績に応じた課金を処理することができる。本発明の広告配布システムにおいて、前記商品の広告提供主となる者に対して前記商品の販売実績1件あたりに課金する販売手数料単価を設定する販売手数料単価設定ステップと、前記商品広告の配布を受けた顧客に対して前記商品を販売した販売実績を取得する販売実績取得ステップと、見込み顧客に対する前記販売実績1件あたりに小売店に提供する見込み顧客販売手数料の単価を設定する見込み顧客販売手数料単価設定ステップと、前記馴染み客に対する前記販売1件あたりに前記小売店に提供する馴染み客販売手数料の単価を設定する馴染み客販売手数料単価設定ステップと、前記販売手数料単価に対して前記販売実績取得ステップにおいて得られた販売実績数を掛け合わせて販売手数料を算出する販売手数料算出ステップと、前記見込み顧客販売手数料単価と前記見込み顧客に対する販売実績数を掛け合わせたものに、前記馴染み客販売手数料単価と前記馴染み客に対する販売実績を掛け合わせたものを足して算出する小売店販売手数料提供ステップを備えた販売課金処理ステップを備えることを特徴とする。

【 0 0 3 1 】

上記構成により、広告提供主から広告配布による販売実績数に応じた従量広告

料金を徴収することができ、小売店側に対しては広告配布による販売実績数に応じた従量広告料金を徴収することができる。なお、広告配布システム運営者は、前者と後者の差額を得ることができる。本発明の広告配布システムは、広告提供主、小売店、システム運営者の3者ともにメリットのあるシステムと言える。

【0032】

本発明の広告配布システムは、クライアントサーバシステムとして構築することができる。広告配布サーバは、顧客データベースから、広告対象である商品に対する見込み顧客を検索する見込み顧客検索部と、小売店情報を格納した小売店データベースと、前記小売店データベースから、前記商品を前記見込み顧客に対して販売可能な小売店を検索する小売店検索部と、小売店ごとの見込み顧客のリストである広告配布見込み顧客リストを生成する広告配布見込み顧客リスト生成部と、前記小売店ごとの広告配布見込み顧客リストを小売店に送信する広告配布見込み顧客リスト送信部と、前記小売店が前記広告配布見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して前記商品の広告を配布するか否かを選別した結果を受信し、該結果に基づいて前記小売店を識別する小売店識別情報を持たせた名入れ広告を生成する名入れ広告生成部と、前記広告配布選別部において名入れ広告を配布すると選別された見込み顧客に対して前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布部とを備えた構成とする。広告配布クライアントは、広告配布サーバによるアクセス可能な顧客データベースから広告対象である商品に対する見込み顧客の検索結果である広告配布見込み顧客リストの通知を受け、当該リストを提示する広告配布見込み顧客通知部と、前記広告配布見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して前記商品の広告を配布するか否かを選別する広告配布選別部と、前記広告配布選別部の選別結果を前記広告配布サーバに返信する広告配布選別結果通知部を備え、前記広告配布サーバに対して、広告を配布するように指定した顧客に対してのみ広告配布を依頼する構成とする。このようにクライアントサーバシステムとして本発明の広告配布システムを構築することができる。

【0033】

また、本発明の広告配布システムは、上記の広告配布システムを実現する処理ステップを記録したコンピュータ読み取り可能な記録媒体から処理プログラムを

読み込むことにより、コンピュータを用いて構築することができる。

【 0 0 3 4 】

【発明の実施の形態】

本発明の広告配布システムおよび広告配布方法の実施形態を以下に示す。

【 0 0 3 5 】

(実施形態 1)

実施形態 1 の広告配布システムおよび広告配布方法を図面を参照しつつ説明する。本実施形態 1 は、インターネットプロバイダなどが管理する顧客情報を格納した大規模顧客データベースを用い、見込み顧客を抽出し、さらに、小売店による見込み顧客ごとに広告配布の是非などをきめ細やかに調整して、インターネットを介した電子メールやバナー広告を顧客に配布する例を説明する。

【 0 0 3 6 】

図 1 は本実施形態 1 の広告配布システムの仕組みの概略を示した図である。本実施形態 1 の広告配布システムは、広告配布サーバ 1 0 0 と、各小売店店舗に設置された広告配布クライアントである小売店システム 2 0 0 からなる。広告配布サーバ 1 0 0 と小売店システム 2 0 0 は、インターネットないしは専用線などのネットワーク 3 0 0 で結ばれている。4 0 0 は広告配布サーバ 1 0 0 がアクセス可能な顧客データベースであり、本実施形態 1 ではインターネットプロバイダが管理している顧客情報を格納した大規模データベースとする。5 0 0 はそれぞれの見込み顧客が持っているパーソナルコンピュータであり、ネットワーク 3 0 0 を介して広告配布サーバ 1 0 0 から広告配布を受け、モニタ上に当該広告を表示するものである。

【 0 0 3 7 】

以下、広告配布システムを広告配布サーバ 1 0 0、小売店システム 2 0 0 に分けて説明する。まず、広告配布サーバ 1 0 0 を説明する。

【 0 0 3 8 】

1 1 0 は見込み顧客検索部、1 2 0 は小売店検索部、1 2 1 が小売店データベース、1 3 0 は広告配布見込み顧客リスト生成部、1 4 0 は広告配布見込み顧客リスト送信部、1 5 0 は名入れ広告生成部、1 6 0 は広告配布部、1 7 0 は通信

インタフェースである。また、本実施形態 1 の例ではオプションとして、名入れ
広告生成部 150 は広告データ格納部 151 を備え、広告配布部 160 は広告配
布日時制御部 161 を備えている。

【0039】

見込み顧客検索部 110 は、アクセス可能な顧客データベース 400 を用いて
広告対象である商品の見込み顧客を検索する部分である。見込み顧客検索部 11
0 は見込み顧客の検索にあたり、顧客の属性情報を検索条件とし、さらに顧客ご
とに広告受け取り許諾／拒否に関する広告受信要件がある場合は当該広告受信要
件も検索条件として用いる。本実施形態 1 の構成例ではオプションとして、見込
み顧客検索部 110 が広告配布関連情報データベース 111 を備えている。広告
配布関連情報データベース 111 は、商品属性情報を保持・格納するデータベ
ースである。図 2 に、広告配布関連情報データベース 111 に保存されるデータ例
を示す。この例では、各データは、広告 ID、商品 ID、商品名、商品種、メー
カ ID、メーカー名、広告データ、広告送信要件、有効期限、開始日時を有するも
のとなっている。このうち、広告データとは文字列や画像や音声などからなる実
際の広告メッセージであり、一種のテンプレートとして用いることができ、後述
するように広告配布先の情報や広告元となる各小売店の情報を埋め込んで名入れ
広告を容易に作成することができる。広告データは、各広告対象商品ごとにすべ
て準備するものでも良く、また、レイアウトや広告に関する定型文を用意した汎
用的に用いることができるものでも良い。この場合、広告対象となる商品名やそ
のセールスポイントなどの情報を埋め込むこととなる。

【0040】

なお、広告データは割引クーポンなどのインセンティブを含むことができる。
また、同一の商品に対する広告データとして複数種の広告データを用意すること
ができるので商品 ID だけでなくこの例では広告 ID を持つものとする。

【0041】

ここで、開始日時情報とは、商品の広告ごとに与えられる広告配布開始要件で
ある広告の配布開始日時を示す情報である。後述するように、広告配布選別部 2
20 は広告配布開始要件である開始日時情報の示す日時になるまで見込み顧客の

選別を受け付け、当該日時の経過後、名入れ広告生成部 1 5 0 と広告配布部 1 6 0 における処理が起動・実行されることとなる。なお、小売店による見込み顧客の選別が終了した旨の指示を受けた場合に当該小売店の名入れ広告を配布するようにしても良い。

【 0 0 4 2 】

これら広告配布関連情報は、商品製造業者や商品大手販売とりまとめ業者などにより適宜更新が可能である。更新は既存商品に関する情報の更新、新規開発・販売される新商品に関する情報の追加などがある。

【 0 0 4 3 】

なお、見込み顧客検索部 1 1 0 がアクセス可能である顧客データベース 4 0 0 は、広告の配布を希望する顧客情報、個人プロフィール情報を格納するものであり、顧客情報、個人プロフィール情報中には、どのような広告を送信してもらいたいかに定義した広告受信要件が含まれる。つまり、顧客の中には当該顧客自身が顧客情報を登録する際、すべてのダイレクトメールの受信の拒否を指定したり、一部の分野、一部の業者からのダイレクトメールの受信の拒否を指定する場合があり、このような広告受信に関する情報も顧客情報、個人プロフィール情報の中に含めておく。図 3 に、顧客データベース 4 0 0 に保存されるデータ例を示す。この例では、各データは、顧客 ID、顧客名、電子メールアドレス、興味分野、郵便番号、住所、年齢、性別、広告受信要件を有している。

【 0 0 4 4 】

小売店検索部 1 2 0 は、小売店データベース 1 2 1 にアクセスし、小売店の属性情報と、商品を取り扱っているか否かを示す商品取り扱い情報を基に、商品を見込み顧客に対して販売可能な小売店を検索する部分である。図 4 に、小売店データベース 1 2 1 に保持・登録されているデータ例を示す。小売店データベース 1 2 1 は、小売店の属性情報として、店舗 ID、小売店の名前、電話番号、住所、取り扱い商品種情報などの情報を備えている。さらに、在庫情報を備えていても良い。

【 0 0 4 5 】

広告配布見込み顧客リスト生成部 1 3 0 は、見込み顧客通知部 1 1 0 が小売店

システム 2 0 0 に対して通知する見込み顧客情報を示す広告配布見込み顧客リストを生成する。広告配布見込み顧客リストとは、小売店ごとに整理された見込み顧客のリストであり、顧客 I D も含んでいる。図 5 に、広告配布見込み顧客リスト生成部 1 3 0 が生成した見込み顧客情報を示すリストのデータ例を示す。この例では広告配布見込み顧客リストの各データは、商品 I D、顧客 I D、電子メールアドレス、店舗 I D、送付属性の情報を含んでいる。なお、送付属性の属性値は、「見込み」「馴染み」「配布済」「配布禁止」の 4 状態のうち一つである。

【 0 0 4 6 】

ここで、「見込み」フラグとは、見込み顧客検索部 1 1 0 により当該広告対象商品の購入販売が期待される顧客として検索された顧客を表わすフラグ情報である。なお、当初「見込み」とのフラグ情報が付されたものであっても、後述するように小売店システム 2 0 0 の広告配布選別部 2 2 0 において「馴染み」や「配布禁止」などにオーバーライドされうる。また、「配布済み」フラグとは後述するように広告配布関連情報データベース 1 1 1 の開始日時情報の示す日時が経過し、広告配布部 1 6 0 による広告配布処理が実行された広告配布済みのものであることを示すフラグである。なお、後述するように小売店システム 2 0 0 の広告配布選別部 2 2 0 において送付属性情報のオーバーライドによる選別済みのリストは「広告配布準備リスト」と呼ぶ。なお、この例では、小売店ごとに広告配布準備リストを設けた例としたが、他の実施形態としては、複数の小売店の広告配布先を 1 つにまとめた広告配布準備リストとしても良い。この場合は、小売店ごとに個別に広告を打つものではなく、1 つの広告配布準備リストに基づいて全国レベルや一定地域レベルにおいて一斉に広告対象商品に関する広告を打つものである。小売店ごとの広告配布準備リストを用いた広告は、小売店主導で配布する従来のチラシ広告のような広告の代替とすることができ、複数の小売店をまとめた広告配布準備リストを用いた広告は、製造業者主導の新規開発商品に関するテレビ広告のような広告の代替とすることができる。

【 0 0 4 7 】

広告配布見込み顧客リスト送信部 1 4 0 は、広告配布見込み顧客リスト生成部 1 3 0 が生成した広告配布見込み顧客リストを、通信インタフェース 1 7 0 を介

して小売店システム200に送信する部分である。送信された広告配布見込み顧客リストは、小売店システム200の見込み顧客通知部210の広告配布見込み顧客リスト提示部211において小売店側に提示される。なお、小売店システム200側での処理は構成を示しつつ後述する。

【0048】

名入れ広告生成部150は、広告データ格納部151に格納されている広告データに対して、小売店を識別する小売店識別情報と、配布する顧客ごとにカスタマイズメッセージがあればカスタマイズメッセージを所定箇所に埋め込んで名入れ広告を生成する部分である。なお、メッセージにその商品の販売価格や値引き情報を含めても良い。また、定型メッセージを用意しておいても良い。

【0049】

広告データ格納部151は、商品製造業者や大手販売とりまとめ業者などが提供する商品広告であって、小売店の名入れが未了である当該商品広告用の広告データを予め取得し格納しておく部分である。図6は広告データ格納部151中に格納される広告データの例である。図6において、710が小売店の名前、住所、電話番号など小売店の識別情報を埋め込む名入れ部分、720が顧客ごとにカスタマイズしたメッセージなどを埋め込むカスタマイズ情報入れ部分、730がこれら名入れ部分710およびカスタマイズ情報入れ部分720を含む商品広告のベースとなる広告ベース部分である。この広告データを用いれば、商品の名入れ広告を簡単かつ低コストで生成できる。

【0050】

広告配布部160は、小売店システム200の広告配布選別結果通知部230から通知された広告配布選別結果としての広告配布準備リストを受け、返信された広告配布準備リストにおいて「見込み」フラグが立っている見込み顧客に対して、名入れ広告を配布する部分である。

【0051】

広告配布サーバ100の処理動作は、広告配布システム全体の処理動作の流れにおいて小売店システム200の処理動作と連動するので後述することとし、先に小売店システム200の構成要素を説明する。

【0052】

小売店システム200は小売店の各店舗に置かれるもので、応用形態として小売店のPOSシステムと連動したシステムとすることができる。また、簡易的なシステムとして、iモード対応の携帯型端末などネットワーク300を介したデータ通信可能な携帯型端末のようなものでも良い。図1において、210は見込み顧客通知部、211は広告配布見込み顧客リスト提示部、220は広告配布選別部、221は選別入力部、222は広告配布準備リスト生成部、230は広告配布選別結果通知部である。

【0053】

見込み顧客通知部210は、広告配布サーバ100の広告配布見込み顧客リスト送信部140から送信された広告配布見込み顧客リストを小売店側に対して通知する部分である。小売店側はこの広告配布見込み顧客リストにより当該小売店が広告対象商品を販売可能と見込まれ、広告配布が予定されている見込み顧客が分かる。

【0054】

広告配布見込み顧客リスト提示部211は、見込み顧客通知部210が備える部分であって、表示装置はCRTモニタでも良く、また、小売店システム200が携帯型端末のようなものであれば当該端末の液晶表示部分としても良い。また、提示手段もテキスト情報に限らず、音声、その他マルチメディア情報による情報提示であっても良い。

【0055】

なお、広告配布見込み顧客リストは、小売店ごとに整理した、見込み顧客の顧客IDを備えたリストである。

【0056】

広告配布選別部220は、小売店側が、見込み顧客通知部210により通知された広告配布見込み顧客リストを確認し、リスト上に示されているそれぞれの見込み顧客に対して実際に商品広告を配布するか否かを選別し、実際に広告を配布する広告先を指定した広告配布準備リストを生成する部分である。

【0057】

前述したように、配布する広告が主に新規顧客開拓を目的とした内容であれば、一律に定型内容の広告を送ると不都合が生じるので事前に新規の見込み顧客と馴染み客とを区別し、送付する広告内容が妥当か否かをチェックする必要がある。そこで、顧客データベース400から検索して発見された見込み顧客を広告配布見込み顧客リストとして小売店側に提示し、小売店自身に各見込み顧客について広告配布の是非について選別させる。

【0058】

広告配布選別部220は、選別入力部221と広告配布準備リスト生成部222を備えている。

【0059】

選別入力部221は広告配布見込み顧客リストに対する広告配布是非の選別入力を行う部分である。選別方法の一例を図7に示す。図7は広告配布見込み顧客リスト提示部211を介して提示された広告配布見込み顧客リストの見込みフラグをオーバーライドする様子を示す図である。この例では図5の広告配布見込み顧客リストの各データのうち、商品ID、顧客ID、氏名、送付属性の情報が抽出され、電子メールアドレスの代わりに氏名が表示されている例であるが、表示する情報はこの例に限定されない。送付属性の属性値は、「見込み」「馴染み」「配布済」「配布禁止」の4状態のうち一つであり、選別入力部221は送付属性を更新する手段を持ち、「見込み」フラグが付されている顧客のうち、上記したように既に商品購入済の馴染み顧客や広告配布を見合わせて別の広告手法を採りたい馴染み顧客などに対して「馴染み」や「配布禁止」というフラグにオーバーライドする。もちろん逆に「配布禁止」というフラグが付されている顧客に対する扱いを変え、「馴染み」フラグに更新するなど他の送付属性間の更新も可能であることは言うまでもない。図7の例では小売店側の判断により選別入力部221を用いて、図5の「広告配布見込み顧客リスト」の状態から書き換えられており、顧客ID“7323”の“神田”氏のフラグが「見込み」から「送付禁止」にオーバーライドされている。

【0060】

広告配布準備リスト生成部222は、選別入力部221からの選別入力の結果

を反映して、広告配布見込み顧客リストを書き換えて広告配布準備リストを生成する部分である。広告配布準備リストの一例は、図 8 に示したように“k o h d a”氏の送付属性状態が書き換えられたものとなる。

【0061】

広告配布選別結果通知部 2 3 0 は、広告配布選別部 2 2 0 により小売店側による広告配布是非の選別の結果を反映して生成された広告配布準備リストを広告配布サーバ 1 0 0 に対して送信する部分である。なお、広告配布選別結果通知部 2 3 0 が広告配布準備リストを送信するタイミングは様々想定され、1 つには、送付属性情報のオーバーライドが済んだ場合に、すぐに広告配布準備リストとして送信する扱い、他には、広告配布選別結果通知部 2 3 0 が送信ボタンのように、送信命令を受け付けるボタンを有し、当該入力にしたがって送信するもの、他には商品の広告ごとに広告の配布開始日時を示す情報を広告配布開始要件として付しておき、当該日時の経過により広告配布準備リストとして送信するものがある。ここでは広告配布開始要件を設けた構成例を説明する。この場合、広告配布選別部 2 2 0 が、広告配布開始要件の示す日時になるまで選別入力 2 2 1 による見込み顧客の選別を受け付け、配布開始日時の経過により広告配布選別結果通知部 2 3 0 がその時点での広告配布準備リストを広告配布サーバ 1 0 0 に送信する。

【0062】

次に、本発明の広告配布システムおよび方法の処理の流れを図 9 のフローチャートを参照しつつ説明する。図 9 は、商品製造業者によって新商品に関する新しい広告配布関連情報が広告配布関連情報データベース 1 1 1 に追加された場合の処理の広告配布処理の流れの概略を示したフローチャートである。

【0063】

図 9 に示すように、まず商品製造業者によって新商品に関する新しい広告配布関連情報が広告配布関連情報データベース 1 1 1 に追加されると（ステップ S 9 0 1）、広告配布見込み顧客リストの作成手続き（ステップ S 9 0 2）が起動される。

【0064】

ここで、この広告配布見込み顧客リストの作成手続き（ステップ S 9 0 2）の

流れを詳しく示したフローチャートを図10に示す。

【0065】

図10に示すように、新商品に関する新しい広告配布関連情報が広告配布関連情報データベース111に追加されると、見込み顧客検索部110は、当該広告配布関連情報から広告送信要件に記述された検索キーとなる情報を得る（ステップS1001）。広告送信要件には、例えば「年齢>12 AND 年齢20 AND 性別=男」のような広告を配布したい顧客層に対する条件が記述されている。

【0066】

見込み顧客検索部110は、検索キーを基に顧客データベース400の顧客情報を検索して見込み顧客を抽出する（ステップS1002）。

【0067】

見込み顧客検索部110は、顧客ごとに広告配布関連情報の中に含まれている広告受け取りに関する広告受信要件を調べ（ステップS1003）、広告受け取りを拒否する顧客である場合は（ステップS1003：Y）、当該顧客を見込み顧客の集合から除去する（ステップS1004）。広告受け取りを許容している顧客である場合は（ステップS1003：N）、当該顧客を見込み顧客の集合に残し、次のステップS1005に進む。見込み顧客すべてについて広告受信要件のチェックが終了したかを調べ（ステップS1005）、広告受信要件のチェック未了の見込み顧客が残っている場合（ステップS1005：Y）、ステップS1003に戻り、残りの見込み顧客に対して広告受信要件のチェックを続行する。広告受信要件のチェック未了の見込み顧客が残っていない場合（ステップS1005：N）、次のステップに進む。

【0068】

次に、小売店検索部120は、小売店データベース121にアクセスし、ステップS1002により検索された見込み顧客に対して小売店の属性情報と商品取り扱い情報を基に、商品を見込み顧客に対して販売可能な小売店を検索する（ステップS1006）。

【0069】

次に、広告配布見込み顧客リスト生成部130は、見込み顧客検索部110による検索結果と小売店検索部120による検索結果を基に、商品ID、顧客ID、電子メールアドレス、店舗ID、送付属性の情報を含む広告配布見込み顧客リストを生成する（ステップS1007）。例えば、この段階では送付属性はすべて見込みフラグとする。

【0070】

次に、図9のフローチャートに戻って説明を続ける。広告配布見込み顧客リスト送信部140を介して、広告配布見込み顧客リスト作成手続き（ステップS902）で作成された広告配布見込み顧客リストは小売店システム200に対して送信される（ステップS903）。

【0071】

次に、広告配布準備リストの生成手続きが起動される（ステップS904）。

【0072】

ここで、この広告配布準備リストの作成手続き（ステップS904）の流れを詳しく示したフローチャートを図11に示す。

【0073】

図11に示すように、広告配布サーバ100から送信された広告配布見込み顧客リストは、小売店システム200の見込み顧客通知部210の広告配布見込み顧客リスト提示部211により小売店側に提示される（ステップS1101）。

【0074】

小売店の業者は、見込み顧客通知部210により通知された広告配布見込み顧客リストを確認し、選別入力部221を介して、必要に応じて顧客ごとに送付属性情報の内容を書き換える（ステップS1102）。例えば、馴染み顧客に付された「見込み」フラグを「馴染み」フラグに書き換える。この送付属性情報の書き換えにより広告配布の是非を顧客ごとに調整することが可能となる。

【0075】

なお、本実施形態1では、小売店業者が各顧客に対してカスタマイズしたメッセージなどを入力できる構成としている。カスタマイズメッセージがあれば、必要に応じて該当する顧客に対するカスタマイズメッセージ情報も入力する。

【0076】

次に、広告配布準備リスト生成部222は、ステップS1102の選別結果を受け、広告配布準備リストを生成する（ステップS1103）。

【0077】

なお、本実施形態1の構成では広告配布日時を調整する構成となっている。この広告配布日時の管理を小売店システム側で行う場合には広告配布サーバから広告配布日時に関する情報を送信しておけば良い。小売店システムは広告配布開始要件をチェックし、配布開始日時になったか否かを確認し（ステップS1104）、配布開始日時に至っている場合のみ（ステップS1104：Y）、広告配布選別結果通知部230を介して広告配布準備リストを広告配布サーバ100に返信し（ステップS1106）、図9のステップS905へ進む。配布開始日時に至っていない場合は（ステップS1104：N）、入力があるまで待ち状態を続け（ステップS1105：NとステップS1104：Nのループ）、入力があった場合（ステップS1105：Y）はステップS1101に戻って最新状態の広告配布見込み顧客リストを提示し、必要に応じて送付属性情報の書き換え処理（ステップS1102）などを行う。なお、広告配布日時の管理は広告配布サーバ側で管理することも可能である。

【0078】

次に、図9のフローチャートに戻って説明を続ける。小売店システム200により生成された広告配布準備リストが広告配布システム100に返信され（ステップS905）、次に、広告配布システム100において、名入れ広告生成処理が起動される（ステップS906）。ここで、この広告生成処理手続き（ステップS906）の流れを詳しく示したフローチャートを図12に示す。

【0079】

まず、名入れ広告生成部150が、送信された広告配布準備リストに対応する広告IDを調べ、広告データ格納部151に格納されている広告データから当該商品の広告データを検索する（ステップS1201）。

【0080】

名入れ広告生成部150は、広告データの名入れ部分710に対して小売店の

名前、住所、電話番号など小売店の識別情報を埋め込み、カスタマイズメッセージ情報が与えられている場合は、カスタマイズ情報入れ部分 7 2 0 に対して当該カスタマイズメッセージを埋め込んだそれぞれの名入れ広告を生成する（ステップ S 1 2 0 2）。

【 0 0 8 1 】

次に、図 9 のフローチャートに戻って説明を続ける。ステップ S 9 0 6 による名入れ広告生成処理が実行された後、広告配布部 1 6 0 を介して広告配布準備リストに掲載されている各顧客のコンピュータ 5 0 0 に対し、名入れ広告を配布する（ステップ S 9 0 7）。名入れ広告配布にあたり、広告準備配布リスト中の「見込み」フラグが付されている顧客の顧客 ID、メールアドレスなどアクセス情報を調べて、通信インタフェース 1 7 0 を介して準備した名入れ広告を配布する。

【 0 0 8 2 】

なお、広告の配布が済んだ後、広告配布準備リストの該当するデータの送付属性を「送信済み」に変更する（ステップ S 9 0 8）。

【 0 0 8 3 】

以上、本実施形態 1 の広告配布システムによれば、インターネットプロバイダなどが管理する顧客情報を格納した大規模顧客データベースを用い、見込み顧客を抽出し、さらに、小売店による見込み顧客ごとに広告配布の是非などをきめ細やかに調整して、インターネットを介した電子メールやバナー広告を顧客に配布することができる。

【 0 0 8 4 】

（実施形態 2）

実施形態 2 は、小売店側から広告を配布したい商品を選定して、インターネットプロバイダなどが管理する顧客情報を格納した大規模顧客データベースを用いて見込み顧客を抽出し、さらに、見込み顧客ごとに広告配布の是非などをきめ細やかに調整する広告配布システムを説明する。

【 0 0 8 5 】

本実施形態 2 の例は、小売店システムが P O S システムの端末機能を備え、P

OS 端末機能により商品バーコードを読みとることにより、広告配布する商品の選定を行う構成である。

【0086】

図13が本実施形態2の広告配布システムの構成例を示すブロック図である。実施形態2では、小売店システム200aの構成が実施形態1の小売店システム200と少し異なっている。図13において、小売店システム200aは、見込み顧客通知部210、広告配布見込み顧客リスト提示部211、広告配布選別部220、選別入力部221、広告配布準備リスト生成部222、広告配布選別結果通知部230の各要素は、図1の小売店システム200の構成と同様であるが、広告対象商品指定部240をさらに備えている。

【0087】

広告対象商品指定部240は、小売店側からの発意により販売促進対象商品として広告を配布する対象商品を指定する部分である。本実施形態2の構成例では、広告対象商品指定部240が商品バーコード読み取り部241を備えている。商品バーコード読み取り部241は、小売店システム200aが備えるPOS機能の商品バーコード読み取り機能を流用しても構成しても良い。例えば、広告対象商品指定部240が“広告対象商品コード入力モード”のようなモードを持ち、該モードにおいて商品バーコード読み取り部241を操作し、広告対象商品としたい商品に付されたバーコードやカタログのバーコードなど広告対象商品を識別する商品コードを読み取る。

【0088】

なお、本実施形態2における広告配布システムの処理の流れは、概ね実施形態1と同様であるが、広告対象商品の選定処理が異なる。図14に示すように、ステップS1401～S1403の広告対象商品の選定処理が、実施形態1に説明した図9のフローチャートにおけるステップS901とは異なる。

【0089】

まず、小売店側が小売店システム200aの商品バーコード読み取り部241を用いて広告対象としたい商品のバーコードなどを読み取る（ステップS1401）。次に、広告対象商品指定部240が、読み取られた商品コードなど商品I

Dを広告配布サーバ100に対して送信する（ステップS1402）。

【0090】

次に、見込み顧客検索部110の広告配布関連情報データベース111中から、送信された商品IDに一致する広告配布関連情報を選択する（ステップS1403）。

【0091】

見込み顧客検索部110による広告配布見込み顧客リストの作成手続き（ステップS1404）から名入れ広告配布処理後の送付属性の書き換え（ステップS1410）は、図9のステップS902からステップS908と同様であり、ここでの説明は省略する。

【0092】

以上、本実施形態2の広告配布システムは、小売店側からの発意により広告配布対象商品を選定することができ、当該選ばれた商品に関し、大規模顧客データベースを用いて見込み顧客を抽出し、さらに、見込み顧客ごとに広告配布の是非などをきめ細やかに調整することができる。

【0093】

（実施形態3）

本実施形態3の広告配布システムは、インターネットプロバイダが管理する顧客データベースから抽出された顧客に対して、広告配布の是非などをきめ細やかに調整し、さらに、小売店側が自店の優良顧客プログラムなどの小売店データベースで管理する馴染み顧客を加えて両者の重複制御を行った後、該顧客グループに対して、商品製造業者や大手販売とりまとめ業者が提供する広告データを用いて自店の名前を入れた名入れ広告を生成して送信するものである。

【0094】

図15は、本実施形態3の広告配布システムの構成例を示す図である。

【0095】

図15に示すように、小売店システム200bは、見込み顧客通知部210、広告配布見込み顧客リスト提示部211、広告配布選別部220、広告配布選別結果通知部230、広告配布顧客追加指定部250を備えている。広告配布顧客

追加指定部 250 は、優良顧客データ表示部 251、追加顧客指定部 252 を備えている。

【0096】

実施形態 3 の広告配布システムの処理の流れを図 16 のフローチャートに示す。

【0097】

まず、商品製造業者によって新商品に関する新しい広告配布関連情報が広告配布関連情報データベース 111 に追加されると（ステップ S1601）、広告配布見込み顧客リストの作成手続き（ステップ S1602）が起動される。このステップ S1602 は、実施形態 1 の図 9 のステップ S902 と同様で良い。

【0098】

次に、広告配布見込み顧客リスト送信部 140 を介して、広告配布見込み顧客リスト作成手続き（ステップ S1602）で作成された広告配布見込み顧客リストが小売店システム 200b に送信される（ステップ S1603）。

【0099】

次に、広告配布準備リストの生成手続き（ステップ S1604）が起動される。

【0100】

ここで、この広告配布準備リストの作成手続き（ステップ S1604）の流れを詳しく示したフローチャートを図 17 に示す。

【0101】

広告配布サーバ 100 から送信された広告配布見込み顧客リストは、小売店システム 200b の見込み顧客通知部 210 の広告配布見込み顧客リスト提示部 211 により小売店側に提示される（ステップ S1701）。小売店の業者は、見込み顧客通知部 210 により通知された広告配布見込み顧客リストを確認し、広告配布選別部 220 の選別入力部 221 を介して、必要に応じて顧客ごとに送付属性情報の内容を書き換えて選別する（ステップ S1702）。この例では実施形態 1 の図 7 で説明したものと同様、“神田”氏の送付属性状態が「見込み」から「送付禁止」に書き換えられたものとする。

【0102】

次に、当該小売店側の優良顧客プログラムなどにおいて小売店が独自に管理している馴染み顧客のうち当該広告を配布したい顧客を広告配布顧客追加指定部250により追加指定入力する（ステップS1703）。

【0103】

図18に小売店側の優良顧客プログラムなどにおいて小売店が独自に管理している馴染み顧客データベースのデータ例を示す。属性項目は小売店独自のもので良く、図3に示したインターネットプロバイダが管理する大規模顧客データベースの属性項目とは異なるものとする。この図18の例では“顧客名”、“電子メールアドレス”、“郵便番号”、“住所”、“電話番号”の属性項目を持つとする。優良顧客データ表示部251は図18に示したデータ内容をリストとして表示する。

【0104】

図19は広告配布顧客追加指定部250の追加顧客指定部252を介して追加指定する様子を示す図である。図19に示すように追加指定欄が設けられており、追加顧客指定部252を介して追加したい優良顧客の追加指定欄に“追加”フラグを立てる。

【0105】

次に、広告配布準備リスト生成部222は、ステップS1702の選別結果とステップS1703の追加指定結果を受け、広告配布準備リストを生成する（ステップS1704）。この際、広告配布準備リスト生成部222は両者をマージし、重複制御を行う。図3、図8の例の場合、電子メールアドレスを鍵として両者をマージできる。なお、両者の属性の過多などにより完全にマージされない場合は、両者の顧客情報のうち、重複している顧客情報の特定に重点を置く処理とする。図20は両者をマージして広告配布準備リストが生成された様子を示す。この例では、図19において追加指定された“木島”氏と“今泉”氏のデータが広告配布準備リストの第4段目と第5段目として追加されている。“木島”氏と“今泉”氏の両者とも、小売店側の追加指定であるので「馴染み」フラグが立てられている。

【0106】

なお、本実施形態3の構成でも広告配布日時制御部161を備え、広告配布日時を制御することは可能である。ステップS1705からステップS1707の流れは、図11のフローチャートのステップS1104とステップS1106の流れと同様であり、ここでの説明は省略する。

【0107】

次に、図16のフローチャートに戻って説明を続ける。

【0108】

生成された広告配布準備リストが広告配布システム100に対して送信される（ステップS1605）。なお、ここで、広告配布システム100は得られた広告配布準備リストの中でデータ内容が欠損している項目を見つけ、当該欠損しているデータを埋め込む（ステップS1606）。図20の小売店システム200bの広告準備配布リストの段階では、追加指定された“木島”氏および“今泉”氏両者の顧客ID情報が欠損している。この顧客ID情報は大規模データベース400で与えられているものであり、小売店システム200bは知らない情報だからである。図21は、広告配布システム100が広告配布準備リストにおいて欠損しているデータを埋め込んだ例を示す図である。

【0109】

図21において、“木島”氏のデータに顧客ID情報が埋め込まれ、全ての属性項目が欠損なく与えられたが、“今泉”氏のデータは依然として顧客IDのデータが欠損している。この例では、“木島”氏がインターネットプロバイダが管理する大規模データベース400にも顧客情報が管理されており、インターネットプロバイダが管理する顧客情報と、小売店が管理する顧客情報の共通の属性である「電子メールアドレス」を鍵として、その顧客ID“5456”が自動的に取得・埋め込み処理が行われた結果であり、“今泉”氏が大規模データベース400に顧客情報が管理されておらず、顧客ID情報が得られなかった例である。

【0110】

広告配布システム100において、名入れ広告生成処理が起動される（ステップS1607）。この広告生成処理手続きの流れは実施形態1のフローチャート図12と同様の処理であり、ここでは省略するが、馴染み顧客用の広告を馴染み

顧客用広告データと馴染み顧客に関するデータを基に生成し、見込み顧客用の広告を見込み顧客用広告データと見込み顧客に関するデータを基に生成する。

【0111】

ステップS1607による名入れ広告生成処理が実行された後、広告配布部160を介して、広告配布準備リストに掲載されている各顧客のコンピュータ500に対し、生成した名入れ広告を配布する（ステップS1608）。名入れ広告配布にあたり、広告準備配布リスト中の「馴染み」フラグが付されている顧客の顧客ID、メールアドレスなどアクセス情報を調べて馴染み顧客用の名入れ広告を配布し、広告準備配布リスト中の「見込み」フラグが付されている顧客の顧客ID、メールアドレスなどアクセス情報を調べて見込み顧客用の名入れ広告を配布する。

【0112】

なお、広告の配布が済んだ後、広告配布準備リストの該当するデータの送付属性を「送信済み」に変更する（ステップS1609）。

【0113】

本実施形態3の広告配布システムによれば、小売店側からの発意により、小売店側が自店の優良顧客プログラムなどの小売店データベースで管理する馴染み顧客、さらにはインターネットプロバイダが管理する顧客データベースから抽出された顧客を加え、両者の重複制御を行った顧客グループに対して、商品製造業者や大手販売とりまとめ業者が提供する広告データを用いて自店の名前を入れた名入れ広告を生成して送信することができる。

【0114】

（実施形態4）

本実施形態4の広告配布システムは、小売店側からの発意により、小売店側が自店の優良顧客プログラムなどの小売店データベースで管理する馴染み顧客、さらにはインターネットプロバイダが管理する顧客データベースから抽出された顧客を加え、両者の重複制御を行った顧客グループに対して、商品製造業者や大手販売とりまとめ業者が提供する広告データを用いて自店の名前を入れた名入れ広告を生成して送信するものである。

【0115】

図22は、本実施形態4の広告配布システムの構成例を示す図である。

【0116】

図22に示すように、小売店システム200cは、見込み顧客通知部210、広告配布見込み顧客リスト提示部211、広告配布選別部220、広告配布選別結果通知部230に加え、広告対象商品指定部240c、広告配布顧客追加指定部250を備えている。広告対象商品指定部240cは、商品バーコード読み取り部241、広告データ表示部242を備えている。

【0117】

広告データ表示部242は、広告配布サーバ100の名入れ広告生成部150の広告データ格納部151に対してアクセスし、広告データを表示する部分である。本実施形態4では、馴染み顧客用の広告データと、見込み顧客用データの2種類の広告データを準備する例を示す。なお、ネットワーク300がインターネットであり、広告データ表示部242がワールドワイドウェブのブラウジング機能を備え、当該広告データをブラウジング検索できるものとする。

【0118】

実施形態4の広告配布システムの処理の流れを図23のフローチャートに示す。

【0119】

小売店側が小売店システム200cの商品バーコード読み取り部241を用いて広告対象としたい商品のバーコードなどを読み取る（ステップS2301）。

【0120】

小売店の業者は、広告対象商品指定部240cの広告データ表示部242を介して広告配布サーバ100の広告データ格納部151に対してアクセスし、広告データを検索する（ステップS2302）。広告データとして複数種類のものが用意されている場合にはその中から好みのものを選択する。

【0121】

馴染み顧客用広告データと見込み顧客用広告データを決定して選択する（ステップS2303）。

【0122】

次に、当該小売店側の優良顧客プログラムなどにおいて小売店が独自に管理している馴染み顧客のうち当該広告を配布したい顧客を広告配布顧客追加指定部250により指定入力する（ステップS2304）。

【0123】

次に、小売店システム200cは得られている広告データの広告ID情報、広告対象商品の商品ID情報、広告配布顧客追加指定部250から指定された広告配布対象となる馴染み顧客の顧客情報を広告配布サーバ100に対して送信する（ステップS2305）。

【0124】

次に、見込み顧客検索部110による広告配布見込み顧客リストの作成手続きを行う（ステップS2306）。ここで、図24は広告配布見込み顧客リストの作成手続きをさらに詳しく示したフローチャートである。

【0125】

見込み顧客検索部110は、広告配布関連情報と小売店ID情報を検索キーとする（ステップS2401）。見込み顧客検索部110は、検索キーを基に顧客データベース400の顧客情報を検索して見込み顧客を抽出する（ステップS2402）。ここで、小売店ID情報も検索キーとしているので、当該小売店が販売可能な顧客を対象として見込み顧客検索が実行されることとなる。

【0126】

見込み顧客検索部110による広告受信要件のチェック処理および広告受け取りを拒否する顧客の除去処理であるステップS2403～ステップS2405は、図10のステップS1003～ステップS1005と同様であり、ここでの説明は省略する。

【0127】

次に、図23のフローチャートに戻って説明を続ける。広告配布見込み顧客リスト生成部130は、見込み顧客検索部110による検索結果による見込み顧客情報と、小売店システム200cの広告配布顧客追加指定部250から指定された馴染み顧客の顧客情報とをマージし、広告配布準備リストの生成を行う（ステ

ップS 2 3 0 7)。なお、両者の属性の過多などにより完全にマージされない場合は、両者の顧客情報のうち、重複している顧客情報の特定に重点を置く処理とする。

【0 1 2 8】

図 2 5 は広告配布準備リストの作成手続き（ステップS 2 3 0 7）をさらに詳しく示したフローチャートである。

【0 1 2 9】

広告配布見込み顧客リスト生成部 1 3 0 は、小売店システムから通知された馴染み顧客の顧客情報から「広告 I D、小売店 I D、電子メールアドレス、送付属性」の 4 つ組の情報を抽出し（ステップS 2 5 0 1）、現時点の見込み顧客リストに対して一致するデータがあるかどうか調べる（ステップS 2 5 0 2）。一致するデータがあれば（ステップS 2 5 0 2：Y）、該データの送付属性が「見込み」かどうか調べる（ステップS 2 5 0 3）。送付属性が「見込み」の場合（ステップS 2 5 0 3：Y）、当該送付属性を「馴染み」もしくは「送信禁止」で置き換える（ステップS 2 5 0 4）。この操作は、実施形態 1 において、広告配布システム 1 0 0 が検索・生成した見込み顧客配布リストに対して、小売店システム 2 0 0 側の広告配布選別部 2 2 0 の選別入力部 2 2 1 により送付属性をオーバーライドする場合と同様の意味を持つ。送付属性の置き換え後、ステップS 2 5 0 2 に戻る。

【0 1 3 0】

ステップS 2 5 0 2 において一致するデータがなくなれば（ステップS 2 5 0 2：N）、これら顧客情報の 4 つ組データリストを、広告配布準備リストとする（ステップS 2 5 0 5）。

【0 1 3 1】

なお、生成した広告配布準備リストにおいて、一部顧客の電子メールアドレスのデータが欠損している場合が想定されるが、顧客データベース 4 0 0 にアクセスして当該顧客の電子メールアドレスのデータを取得したり、小売店システム 2 0 0 c に当該顧客の電子メールアドレスのデータを尋ねる処理としても良い。

【0 1 3 2】

次に、図 2 3 のフローチャートに戻って説明を続ける。広告配布システム 1 0 0 において、名入れ広告生成処理が起動される（ステップ S 2 3 0 8）。この広告生成処理手続きの流れは実施形態 1 のフローチャート図 1 2 と同様の処理であり、ここでは省略するが、馴染み顧客用の広告を馴染み顧客用広告データと馴染み顧客に関するデータを基に生成し、見込み顧客用の広告を見込み顧客用広告データと見込み顧客に関するデータを基に生成する。

【0 1 3 3】

ステップ S 2 3 0 8 による名入れ広告生成処理が実行された後、広告配布部 1 6 0 を介して、広告配布準備リストに掲載されている各顧客のコンピュータ 5 0 0 に対し、生成した名入れ広告を配布する（ステップ S 2 3 0 9）。名入れ広告配布にあたり、広告準備配布リスト中の「馴染み」フラグが付されている顧客の顧客 ID、メールアドレスなどアクセス情報を調べて馴染み顧客用の名入れ広告を配布し、広告準備配布リスト中の「見込み」フラグが付されている顧客の顧客 ID、メールアドレスなどアクセス情報を調べて見込み顧客用の名入れ広告を配布する。

【0 1 3 4】

なお、広告の配布が済んだ後、広告配布準備リストの該当するデータの送付属性を「送信済み」に変更する（ステップ S 2 3 1 0）。

【0 1 3 5】

本実施形態 4 の広告配布システムによれば、小売店側からの発意により、小売店側が自店の優良顧客プログラムなどの小売店データベースで管理する馴染み顧客、さらにはインターネットプロバイダが管理する顧客データベースから抽出された顧客を加え、両者の重複制御を行った顧客グループに対して、商品製造業者や大手販売とりまとめ業者が提供する広告データを用いて自店の名前を入れた名入れ広告を生成して送信することができる。

【0 1 3 6】

（実施形態 5）

実施形態 5 の広告配布システムおよび方法は、名入れ広告の生成・配布に関して課金処理をする仕組みと、当該名入れ広告による販売実績に対する手数料など

を分配する仕組みを開示したものである。

【0137】

本発明において名入れ広告の生成・配布に関する課金処理には様々な方法が想定されるが、ここでは一例として、商品製造業者や大手販売とりまとめ業者が広告スポンサーである広告提供主となって、本広告配布システムにより名入れ広告が配布されるたびに広告料を提供し、広告配布サーバを運用管理する者が広告料を得るという例を挙げる。さらにここでは、小売店が名入れ広告を配布するインセンティブとなるように小売店に対する広告配布小売店手数料を提供する例を説明する。

【0138】

また、本実施形態5において、名入れ広告配布が販売実績につながった場合に、販売実績に対する手数料などを分配する仕組みも開示する。この販売実績手数料の分配処理も様々な方法が想定されるが、ここでは一例として、広告提供主が販売手数料を提供し、広告配布サーバを運用管理する者が販売手数料を得るという例を挙げる。さらにここでは、小売店に対するインセンティブとなるように小売店に対しても販売手数料を提供する例を説明する。

【0139】

まず、名入れ広告の生成・配布に関して課金処理をする仕組みを説明する。

【0140】

図26は、実施形態5の広告配布システムの構成例を簡単に示す図である。

【0141】

600は商品製造業者や大手販売とりまとめ業者のシステムであって、広告配布する広告主体となる広告提供主が管理するシステムである。

【0142】

広告配布サーバ100dは実施形態1の広告配布サーバ100の構成に加え、さらに、広告配布課金処理部180と販売課金処理部190を備えている。広告配布課金処理部180は、広告単価設定部181、広告料算出部182、広告料請求部183、見込み顧客広告配布手数料単価設定部184、馴染み客広告配布手数料単価設定部185、広告配布小売店手数料算出部186、広告配布小売店

手数料提供部 1 8 7 を備えている。販売課金処理部 1 9 0 は、販売手数料単価設定部 1 9 1、販売実績取得部 1 9 2、販売手数料算出部 1 9 3、販売手数料請求部 1 9 4、見込み顧客販売手数料単価設定部 1 9 5、馴染み顧客販売手数料単価設定部 1 9 6、小売店販売手数料算出部 1 9 7、小売店販売手数料提供部 1 9 8 を備えている。

【 0 1 4 3 】

広告単価設定 1 8 1 は、商品の広告について広告提供主となる者に対して広告 1 件あたりに課金する広告単価を入力・設定する部分である。

【 0 1 4 4 】

広告料算出部 1 8 2 は、広告単価設定 1 8 1 において設定された広告単価に対して名入れ広告生成部 1 5 0 において生成した名入れ広告の数を掛け合わせて広告料を算出する部分である。つまり、 $\text{広告料} = (\text{広告単価}) * (\text{名入れ広告の数})$ として算出する。

【 0 1 4 5 】

広告料請求部 1 8 3 は、広告料算出部 1 8 2 が算出した広告料を広告提供主に請求する部分である。例えば、通信インタフェース 1 7 0 を介して広告提供主 6 0 0 に対して広告料を通知して請求する。

【 0 1 4 6 】

見込み顧客広告配布手数料単価設定部 1 8 4 は、見込み顧客の名入れ広告の配布に対して配布 1 件あたりに小売店に提供する見込み顧客広告配布手数料の単価を入力・設定する部分である。

【 0 1 4 7 】

馴染み客広告配布手数料単価設定部 1 8 5 は、馴染み顧客の名入れ広告の配布に対して配布 1 件あたりに小売店に提供する馴染み顧客広告配布手数料の単価を入力・設定する部分である。

【 0 1 4 8 】

広告配布小売店手数料算出部 1 8 6 は、見込み顧客広告配布手数料単価設定部 1 8 4 において設定された見込み顧客広告配布手数料単価に対し、名入れ広告生成部 1 5 0 において生成した見込み顧客に対する広告数を掛け合わせた料金と、

馴染み客広告配布手数料単価設定部 1 8 5 において設定された馴染み客広告配布手数料単価に対し、名入れ広告生成部 1 5 0 において生成した馴染み客に対する広告数を掛け合わせた料金との合計を計算し、広告配布小売店手数料を算出する部分である。つまり、 $\text{広告配布小売店手数料} = (\text{見込み顧客広告配布手数料単価}) * (\text{見込み顧客に対する広告数}) + (\text{馴染み客広告配布手数料単価}) * (\text{馴染み顧客に対する広告数})$ として算出する。

【 0 1 4 9 】

広告配布小売店手数料提供部 1 8 7 は、広告配布小売店手数料算出部 1 8 6 が算出した広告配布小売店手数料を小売店に提供する部分である。例えば、通信インタフェース 1 7 0 を介して小売店システム 1 0 0 d に対して広告配布小売店手数料を通知して提供する。

【 0 1 5 0 】

次に、販売手数料単価設定部 1 9 1 は、商品の広告提供主システム 6 0 0 に対して商品の販売実績 1 件あたりに課金する販売手数料単価を入力・設定する部分である。

【 0 1 5 1 】

販売実績取得部 1 9 2 は、商品広告の配布を受けた顧客に対して該商品を販売した販売実績を収集・取得する部分である。販売実績は広告配布システム 1 0 0 d とネットワーク 3 0 0 を介して接続された各小売店システム 1 0 0 d ごとの当該商品の販売実績データを取得する。広告配布を受けた顧客が来店して購入したケースの販売実績データを取得することが好ましい。小売店システム 1 0 0 d の持つ P O S 機能と連動すれば、容易に販売実績データを取得することが可能である。

【 0 1 5 2 】

販売手数料算出部 1 9 3 は、販売手数料単価設定部 1 9 1 により設定された販売手数料単価に対して、販売実績取得部 1 9 2 が収集・取得した販売実績数を掛け合わせて販売手数料を算出する部分である。つまり、 $\text{販売手数料} = (\text{販売手数料単価}) * (\text{販売実績数})$ として算出する。

【 0 1 5 3 】

販売手数料請求部 1 9 4 は、販売手数料算出部 1 9 3 が算出した販売手数料を
広告提供主に請求する部分である。例えば、通信インタフェース 1 7 0 を介して
広告提供主システム 6 0 0 に対して販売手数料を通知して請求する。

【 0 1 5 4 】

見込み顧客販売手数料単価設定部 1 9 5 は、見込み顧客への販売実績 1 件あた
りに小売店に対して提供する小売店販売手数料の単価を入力・設定する部分であ
る。

【 0 1 5 5 】

馴染み顧客販売手数料単価設定部 1 9 6 は、馴染み顧客への販売実績 1 件あた
りに小売店に対して提供する小売店販売手数料の単価を入力・設定する部分であ
る。

【 0 1 5 6 】

見込み顧客販売手数料単価設定部 1 9 5 において設定された見込み顧客販売手
数料単価に対し、販売実績取得部 1 9 2 において取得した見込み顧客に対する販
売実績数を掛け合わせた料金と、馴染み客販売手数料単価設定部 1 9 6 において
設定された馴染み客販売手数料単価に対し、販売実績取得部 1 9 2 において取得
した馴染み客に対する販売実績数を掛け合わせた料金の合計を計算し、小売店ご
との小売店販売手数料を算出する部分である。つまり、小売店販売手数料＝（見
込み顧客販売手数料単価）＊（見込み顧客に対する販売実績数）＋（馴染み顧客
販売手数料単価）＊（馴染み顧客に対する販売実績数）として算出する。

【 0 1 5 7 】

小売店販売手数料提供部 1 9 8 は、小売店販売手数料算出部 1 9 7 が算出した
小売店販売手数料を小売店に提供する部分である。例えば、通信インタフェース
1 7 0 を介して小売店システム 1 0 0 d に対して小売店販売手数料を通知して提
供する。

【 0 1 5 8 】

小売店システム 2 0 0 d は、実施形態 1 に示した小売店システム 2 0 0 に対し
てさらに販売実績通知部 2 6 0、料金データ受取部 2 7 0 を備えた構成例となっ
ている。

【 0 1 5 9 】

販売実績通知部 2 6 0 は、小売店システム 2 0 0 d から広告配布サーバ 1 0 0 d に対して販売手数料および小売店販売手数料の算出の基となる販売実績数を通知する部分である。なお、通知する販売実績数は広告配布により増加した販売実績を評価するため、広告配布先となった顧客が実際に小売店に来店して当該商品を購入した数とすることが好ましい。また、小売店システム 2 0 0 d が備える P O S 機能と連動させれば、顧客 I D により広告配布先となった顧客が小売店に来店して当該商品を購入した数を容易に抽出・取得することができる。

【 0 1 6 0 】

料金データ受取部 2 7 0 は、広告配布サーバ 1 0 0 d の広告配布小売店手数料提供部 1 8 7 や小売店販売手数料提供部 1 9 8 から広告配布小売店手数料データや小売店販売手数料データを受領する部分である。

【 0 1 6 1 】

以上の構成とすれば、実施形態 5 の広告配布システムおよび方法は、名入れ広告の生成・配布に関して課金処理を実行する仕組みが与えられる。また、名入れ広告による販売実績に対する手数料などを分配する仕組みが与えられる。

【 0 1 6 2 】

なお、上記では、小売店に対するインセンティブとして広告配布小売店手数料や小売店販売手数料が与えられるという説明としたが、逆に計算されたそれら値を負の値とし、小売店側に対して手数料を徴収する構成としても良い。

【 0 1 6 3 】

(実施形態 6)

本発明の広告配布システムは、上記に説明した構成を実現する処理ステップを記述したプログラムをコンピュータ読み取り可能な記録媒体に記録して提供することにより、各種コンピュータを用いて構築することができる。本発明の広告配布システムを実現する処理ステップを備えたプログラムを記録した記録媒体は、図 2 7 に図示した記録媒体の例に示すように、C D - R O M 1 0 0 2 やフレキシブルディスク 1 0 0 3 等の可搬型記録媒体 1 0 0 1 だけでなく、ネットワーク上にある記録装置内の記録媒体 1 0 0 0 や、コンピュータのハードディスクや R A

M等の記録媒体1005のいずれであっても良く、プログラム実行時には、プログラムはコンピュータ1004上にローディングされ、主メモリ上で実行される。

【0164】

本発明の広告配布システムに関し、以下の項を開示する。

【0165】

(付記1) 商品属性情報と、顧客の属性情報と、顧客ごと設定された広告受け取り許諾／拒否に関する広告受信要件とを基に、顧客情報の中から広告対象である商品の見込み顧客を検索する見込み顧客検索ステップと、

小売店の属性情報と、前記商品を取り扱っているか否かを示す商品取り扱い情報とを基に、前記商品を前記見込み顧客に対して販売可能である小売店を検索するステップ小売店検索ステップと、

前記小売店ごとに、当該小売店が前記商品を販売可能な見込み顧客リストを作成し、当該小売店に通知する見込み顧客通知ステップと、

前記小売店が、通知された見込み顧客リストのそれぞれの見込み顧客に対して、前記商品に関する広告を配布するか否かを選別する広告配布選別ステップと、

あらかじめ登録されている前記広告に対して、前記小売店を識別しうる小売店識別情報を付加した名入れ広告を生成する名入れ広告生成ステップと、

前記広告配布選別ステップにおいて広告を配布すると選別された見込み顧客に対して、前記名入れ広告を配布する名入れ広告配布ステップとを備えたことを特徴とする広告配布方法。

【0166】

(付記2) 前記広告配布選別ステップが、前記小売店に、小売店ごとの見込み顧客のリストである広告配布見込み顧客リストを提示する広告配布見込み顧客リスト提示ステップと、前記広告配布見込み顧客リストを基にそれぞれの見込み顧客に対して前記商品の広告を配布するか否かを選別する選別入力ステップと、前記選別入力ステップの結果に基づいて前記広告の配布先を指定した広告配布準備リストを生成する広告配布準備リスト生成ステップを備えた付記1に記載の広告配布方法。

【 0 1 6 7 】

（付記 3）前記商品広告の配布開始日時を示す情報を広告配布開始要件とし、前記広告配布開始要件の示す日時になるまで前記広告配布選別ステップにおいて前記見込み顧客の選別を受け付け、

前記広告配布開始要件の示す日時になれば、前記名入れ広告生成ステップと前記名入れ広告配布ステップを実行する付記 1 に記載の広告配布方法。

【 0 1 6 8 】

（付記 4）前記名入れ広告生成ステップが、前記商品の広告であって、小売店の名入れが未了である当該商品広告用の広告データを予め取得しておく広告データ取得ステップと、前記広告データに対して前記小売店の情報を埋め込む小売店名入れステップとを備えたものである付記 1 に記載の広告配布方法。

【 0 1 6 9 】

（付記 5）前記商品の広告について広告提供主となる者に対して広告ごとに課金する広告単価を設定する広告単価設定ステップと、前記広告単価に対して前記名入れ広告生成ステップにおいて生成した名入れ広告の数を掛け合わせて広告料算出する広告料算出ステップと、前記広告料を前記広告提供主に請求する広告料請求ステップとを備えた広告配布課金処理ステップを備えた付記 1 に記載の広告配布方法。

【 0 1 7 0 】

（付記 6）前記広告配布課金処理ステップがさらに、前記名入れ広告の配布に対して配布 1 件あたりに小売店に提供する広告配布小売店手数料の単価を設定する広告配布小売店手数料単価設定ステップと、前記広告配布手数料単価に対して前記名入れ広告生成ステップにおいて生成した名入れ広告の数を掛け合わせて広告配布小売店手数料を算出する広告配布小売店手数料算出ステップと、前記広告配布小売店手数料を小売店に提供する広告配布小売店手数料提供ステップとを備えた付記 5 に記載の広告配布方法。

【 0 1 7 1 】

（付記 7）前記商品の広告提供主となる者に対して前記商品の販売実績 1 件あたりに課金する販売手数料単価を設定する販売手数料単価設定ステップと、前記

商品広告の配布を受けた顧客に対して該商品を販売した販売実績を取得する販売実績取得ステップと、前記販売手数料単価に対して前記販売実績取得ステップにおいて得られた販売実績数を掛け合わせて販売手数料を算出する販売手数料算出ステップと、前記販売手数料を広告提供主に請求する販売手数料請求ステップを備えた販売課金処理ステップを備えた付記 1 に記載の広告配布方法。

【 0 1 7 2 】

(付記 8) 前記販売課金処理ステップがさらに、前記販売実績 1 件あたりに小売店に対して提供する小売店販売手数料の単価を設定する小売店販売手数料単価設定ステップと、前記小売店販売手数料単価に対して前記販売実績数を掛け合わせて小売店販売手数料を算出する小売店販売手数料算出ステップと、前記小売店販売手数料を前記小売店に提供する小売店販売手数料提供ステップとを備えた付記 7 に記載の広告配布方法。

【 0 1 7 3 】

【発明の効果】

本発明の広告配布システムおよび方法によれば、インターネットプロバイダなどが管理する顧客情報を格納した大規模顧客データベースを用い、見込み顧客を抽出し、さらに、小売店による見込み顧客ごとに広告配布の是非などをきめ細やかに調整して、インターネットを介した電子メールやバナー広告を顧客に配布することができる。

【 0 1 7 4 】

また、本発明の広告配布システムおよび方法は、小売店側からの発意により広告配布対象商品を選定することができ、当該選ばれた商品に関し、大規模顧客データベースを用いて見込み顧客を抽出し、さらに、見込み顧客ごとに広告配布の是非などをきめ細やかに調整することができる。

【 0 1 7 5 】

本発明の広告配布システムおよび方法によれば、小売店側からの発意により、小売店側が自店の優良顧客プログラムなどの小売店データベースで管理する馴染み顧客、さらにはインターネットプロバイダが管理する顧客データベースから抽出された顧客を加え、両者の重複制御を行った顧客グループに対して、商品製造

業者や大手販売とりまとめ業者が提供する広告データを用いて自店の名前を入れた名入れ広告を生成して送信することができる。

【0176】

また、本発明の広告配布システムおよび方法によれば、名入れ広告の生成・配布に関して課金処理を実行する仕組みが与えられる。また、名入れ広告による販売実績に対する手数料などを分配する仕組みが与えられる。

【図面の簡単な説明】

【図1】 本発明の実施形態1の広告配布システムの構成例を示すブロック図

【図2】 広告配布関連情報データベース111に保存されるデータ例を示す図

【図3】 顧客データベース400に保存されるデータ例を示す図

【図4】 小売店データベース121に保持・登録されているデータ例を示す図

【図5】 広告配布見込み顧客リスト生成部130が生成するデータ例を示す図

【図6】 広告データ格納部151中に格納される広告データの例を示す図

【図7】 広告配布見込み顧客リスト提示部211を介して提示された広告配布見込み顧客リストの見込みフラグをオーバーライドする様子を示す図

【図8】 広告配布準備リストの一例を示す図

【図9】 本発明の広告配布システムおよび方法の処理の流れを示すフローチャート

【図10】 実施形態1における広告配布見込み顧客リストの作成手続きの流れを示すフローチャート

【図11】 広告配布準備リストの作成手続きの流れを示すフローチャート

【図12】 広告生成処理手続きの流れを示すフローチャート

【図13】 本実施形態2の小売店システム200aの構成例を示すブロック図

【図14】 本実施形態2における広告対象商品の選定処理の流れを示すフローチャート

【図 1 5】 本実施形態 3 の広告配布システム 2 0 0 b の構成例を示すブロック図

【図 1 6】 実施形態 3 の広告配布システムの処理の流れを示すフローチャート

【図 1 7】 広告配布準備リストの作成手続きをさらに詳しく示したフローチャート

【図 1 8】 小売店側の優良顧客プログラムなどにおいて小売店が独自に管理している馴染み顧客データベースのデータ例を示す図

【図 1 9】 広告配布顧客追加指定部 2 5 0 の追加顧客指定部 2 5 2 を介して追加指定する様子を示す図

【図 2 0】 広告配布選別結果と広告配布追加指定結果の両者をマージして広告配布準備リストが生成された様子を示す図

【図 2 1】 広告配布システム 1 0 0 が広告配布準備リストにおいて欠損しているデータを埋め込んだ例を示す図

【図 2 2】 本実施形態 4 の小売店システム 2 0 0 c の構成例を示すブロック図

【図 2 3】 実施形態 4 の広告配布システムの処理の流れを示すフローチャート

【図 2 4】 広告配布見込み顧客リストの作成手続きをさらに詳しく示したフローチャート

【図 2 5】 広告配布準備リストの作成手続きをさらに詳しく示したフローチャート

【図 2 6】 本発明の実施形態 5 の広告配布システムの構成例を示すブロック図

【図 2 7】 本発明の実施形態 6 の広告配布システムを実現する処理プログラムを格納した記録媒体の例を示す図

【図 2 8】 従来技術において想定しうるオプトイン名入れ広告配布システムの構成を示すブロック図

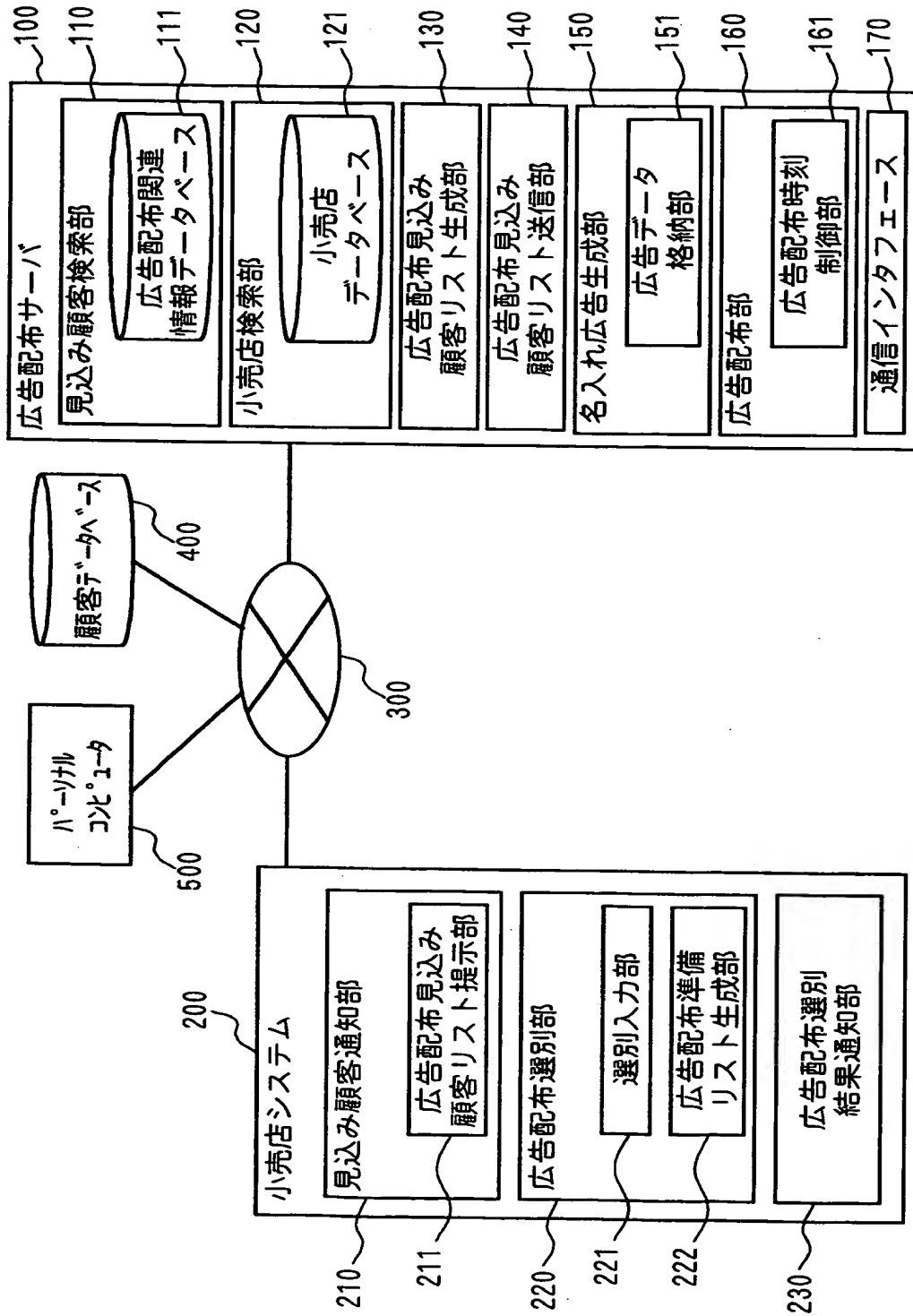
【符号の説明】

- 1 0 0, 1 0 0 d 広告配布サーバ
- 1 1 0 見込み顧客検索部
- 1 1 1 広告配布関連情報データベース
- 1 2 0 小売店検索部
- 1 2 1 小売店データベース
- 1 3 0 広告配布見込み顧客リスト生成部
- 1 4 0 広告配布見込み顧客リスト送信部
- 1 5 0 名入れ広告生成部
- 1 5 1 広告データ格納部
- 1 6 0 広告配布部
- 1 6 1 広告配布日時制御部
- 1 7 0 通信インタフェース
- 1 8 0 広告配布課金処理部
- 1 8 1 広告単価設定
- 1 8 2 広告料算出部
- 1 8 3 広告料請求部
- 1 8 4 広告配布小売店手数料単価設定
- 1 8 6 広告配布小売店手数料算出部
- 1 8 7 広告配布小売店手数料提供部
- 1 9 0 販売課金処理部
- 1 9 1 販売手数料単価設定部
- 1 9 2 販売実績取得部
- 1 9 3 販売手数料算出部
- 1 9 4 販売手数料請求部
- 1 9 5 小売店販売手数料単価設定部
- 1 9 7 小売店販売手数料算出部
- 1 9 8 小売店販売手数料提供部
- 2 0 0, 2 0 0 a, 2 0 0 b, 2 0 0 c, 2 0 0 d 小売店システム
- 2 1 0 見込み顧客通知部

- 2 1 1 広告配布見込み顧客リスト提示部
- 2 2 0 広告配布選別部
 - 2 2 1 選別入力部
 - 2 2 2 広告配布準備リスト生成部
- 2 3 0 広告配布選別結果通知部
- 2 4 0, 2 4 0 c 広告対象商品指定部
 - 2 4 1 商品バーコード読み取り部
 - 2 4 2 広告データ表示部
- 2 5 0 広告配布顧客追加指定部
 - 2 5 1 優良顧客データ表示部
 - 2 5 2 追加顧客指定部
- 2 6 0 販売実績通知部
- 2 7 0 料金データ受取部
- 3 0 0 ネットワーク
- 4 0 0 顧客データベース
- 5 0 0 パーソナルコンピュータ
- 6 0 0 広告提供主のシステム
- 1 0 0 0 記録装置内の記録媒体
 - 1 0 0 1 可搬型記録媒体
 - 1 0 0 2 C D - R O M
 - 1 0 0 3 フレキシブルディスク
 - 1 0 0 4 コンピュータ
 - 1 0 0 5 コンピュータのハードディスクや R A M 等の記録媒体

【書類名】 図面

【図 1】



【図2】

広告 ID	商品 ID	商品名	商品種	メーカID	メーカ名	広告ター グ	広告送信 要件	有効期限	開始時刻
4343	4343	「〇〇の宴」	書籍	127	〇〇書店	--	--	--	--
7323	542	「〇〇カー」	乗用車	24	〇〇自動車	--	--	--	--
4355	4354	「〇〇ステーション」	情報機器	43	〇〇コンピュータ	--	--	--	--
5455	655	「〇〇ドリンク」	スポーツ飲料	343	〇〇飲料	--	--	--	--

【図3】

顧客 ID	顧客 名	電子メール アドレス	興味分野	郵便番号	住所	年齢	性別	広告受信 要件
4343	宇山政志	uyama@xxxxx. xxxxx.co.jp	--	663-8104	--	--	--	--
7323	神田陽治	kohda@xxxxx. xxxxx.co.jp	--	674-8555	--	--	--	--
4355	--	--	--	673-0038	--	--	--	--
5455	--	--	--	927-9496	--	--	--	--

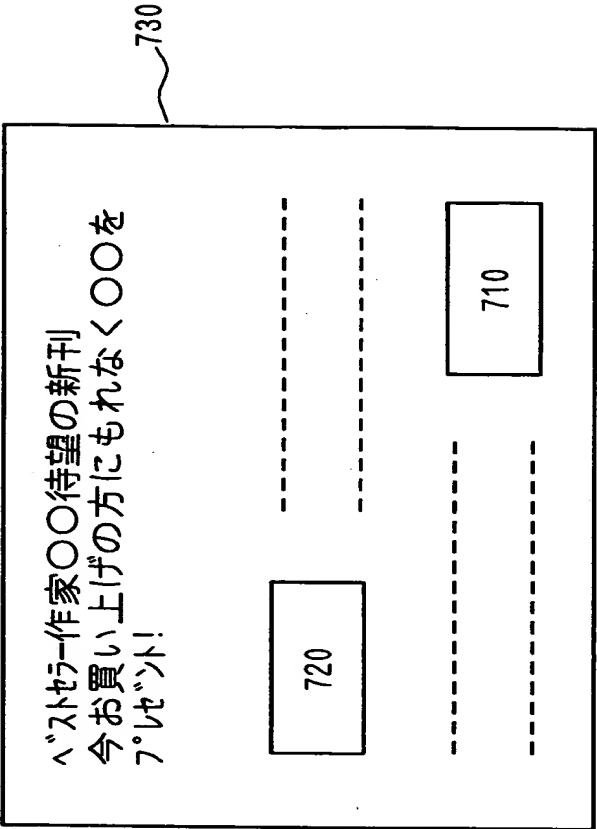
【図 4】

店舗ID	名前	電話番号	住所	取り扱い商品種
434353	〇〇書店	078-××××-××××××	大久保町×-×××	書籍
73223	〇〇食堂	--	--	飲食
435545	〇〇花屋	--	--	花
5454455	〇〇書房	--	西明石南××××-×	書籍

【図 5】

商品ID	顧客ID	電子メールアドレス	店舗ID	配布フラグ
3444	4343	uyama@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み
3444	7323	kohda@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み
3444	5445	iwayama@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み

【図 6】



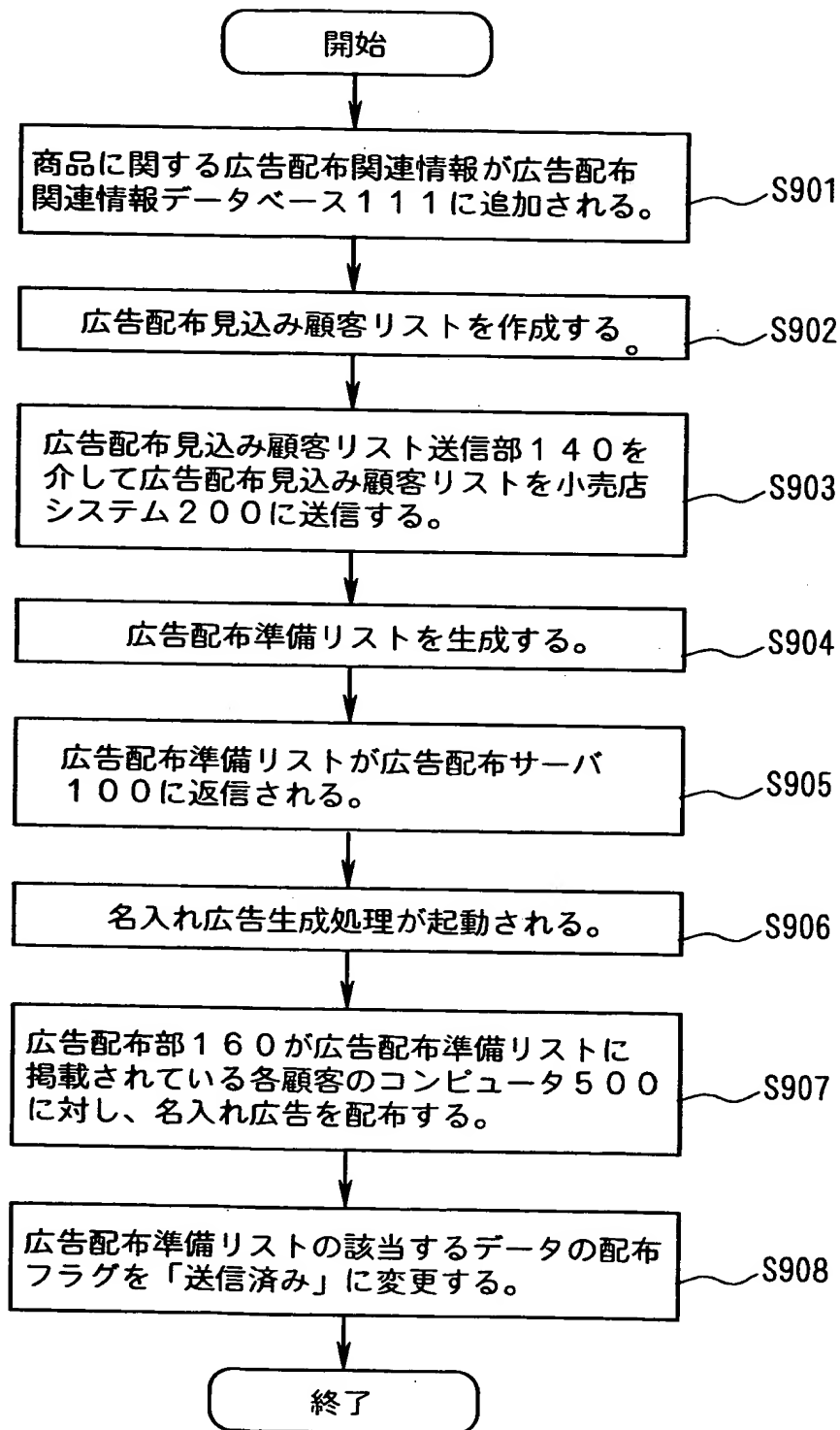
【図 7】

商品ID	顧客ID	氏名	配布777
3444	4343	宇山政志	見込み
3444	7323	神田陽治	送付禁止
3444	5445	岩山登	見込み

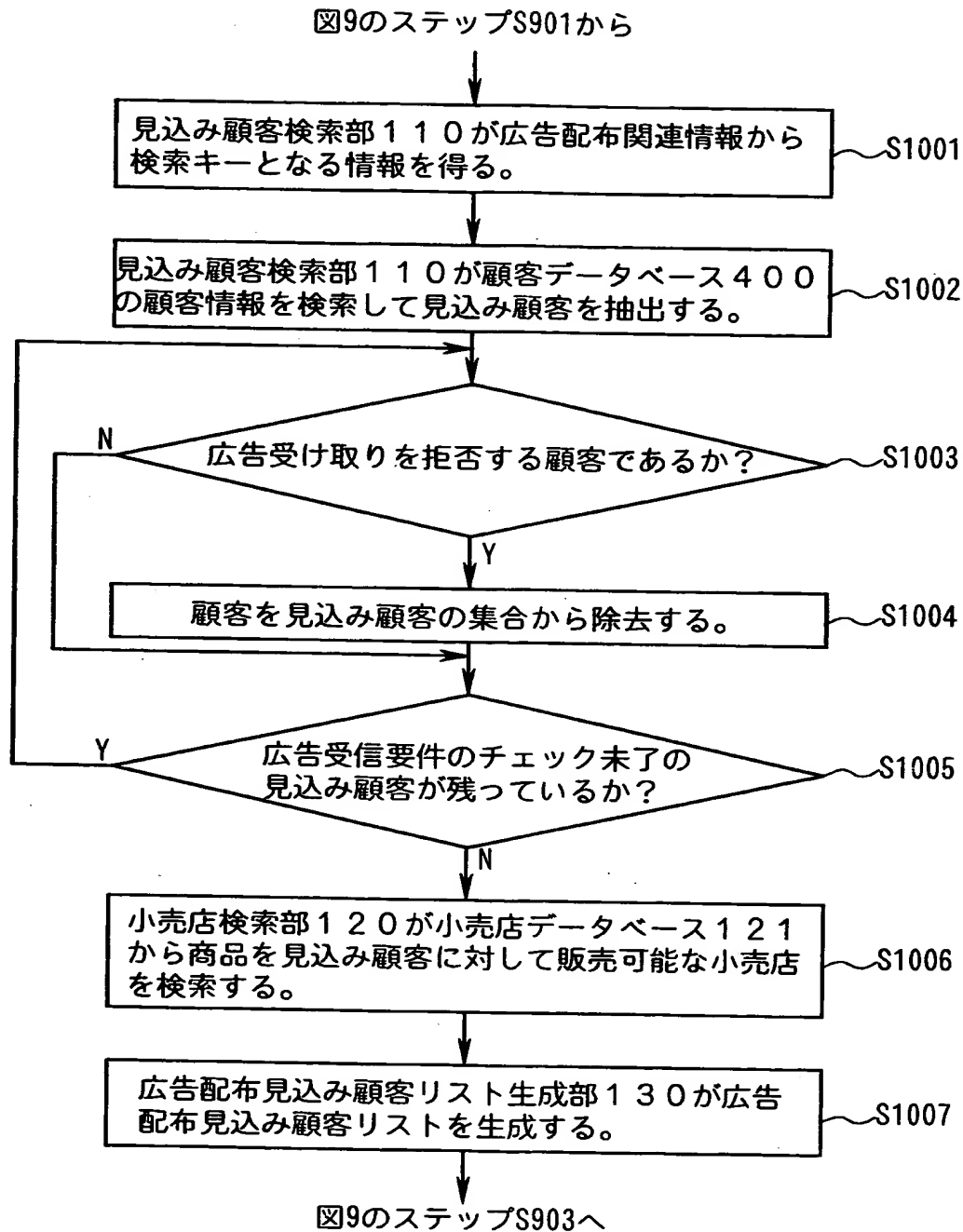
【図 8】

商品ID	顧客ID	電子メールアドレス	店舗ID	配布フラグ
3444	4343	uyama@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み
3444	7323	kohda@x x x x . x x x x .co.jp	322	送付禁止
3444	5445	iwayama@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み

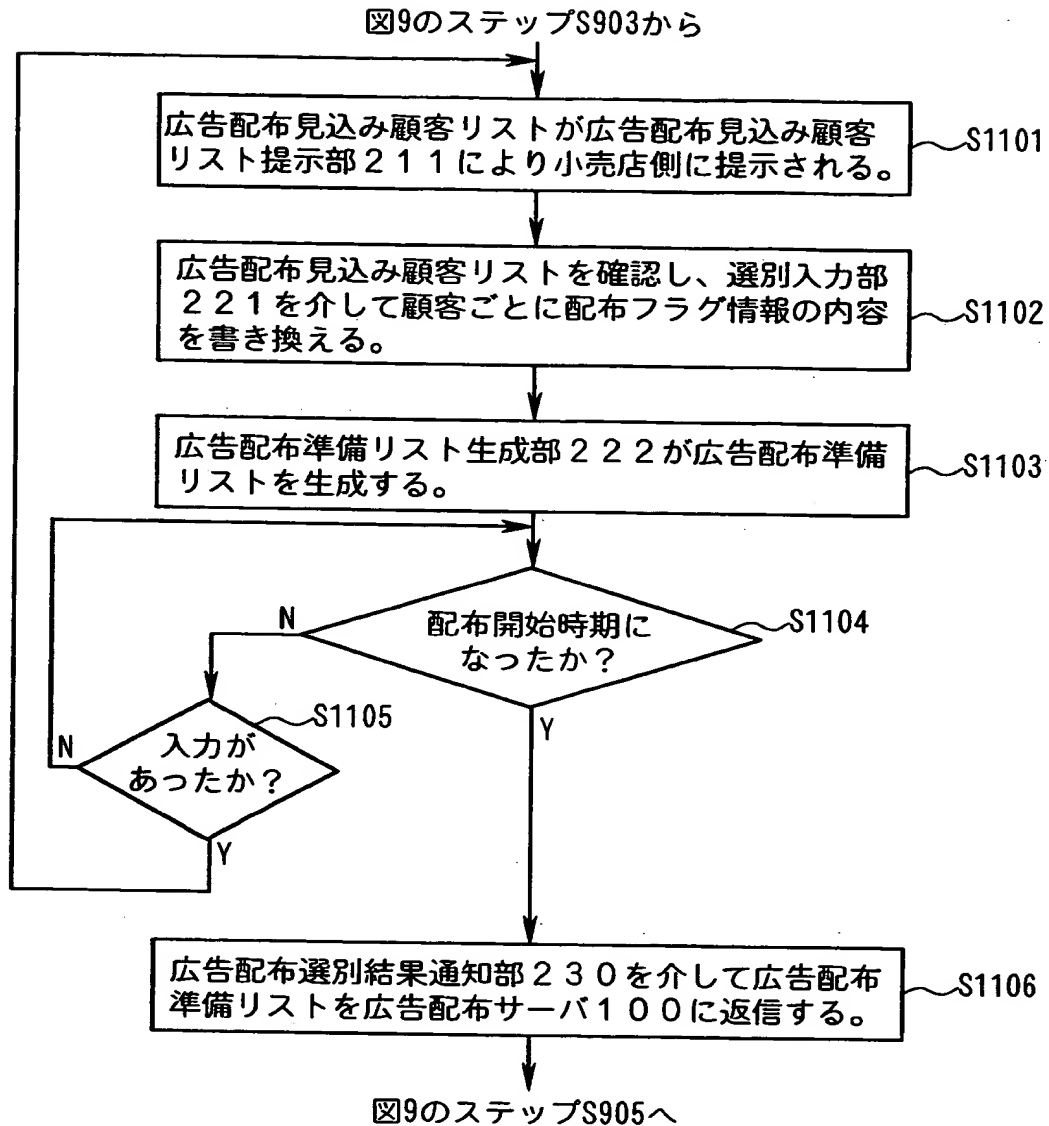
【図 9】



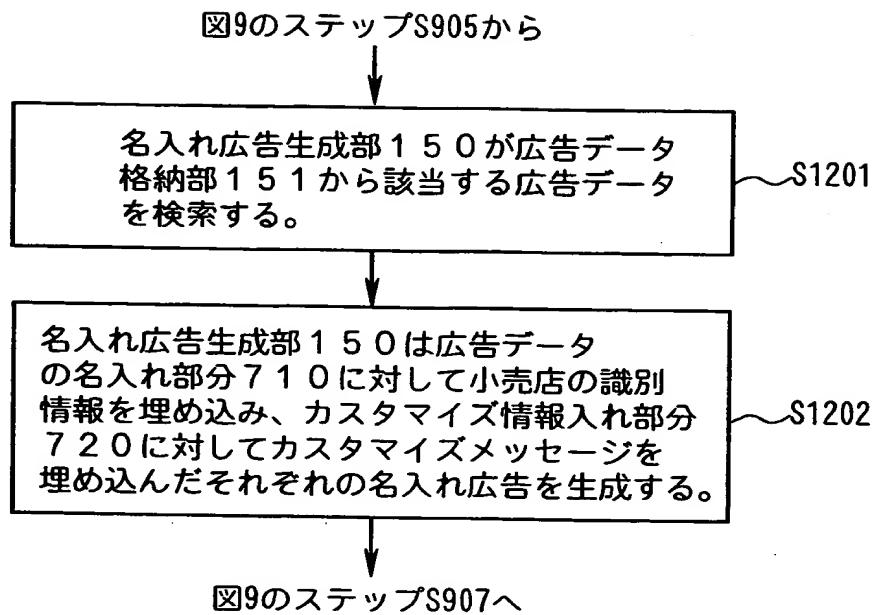
【図 1 0】



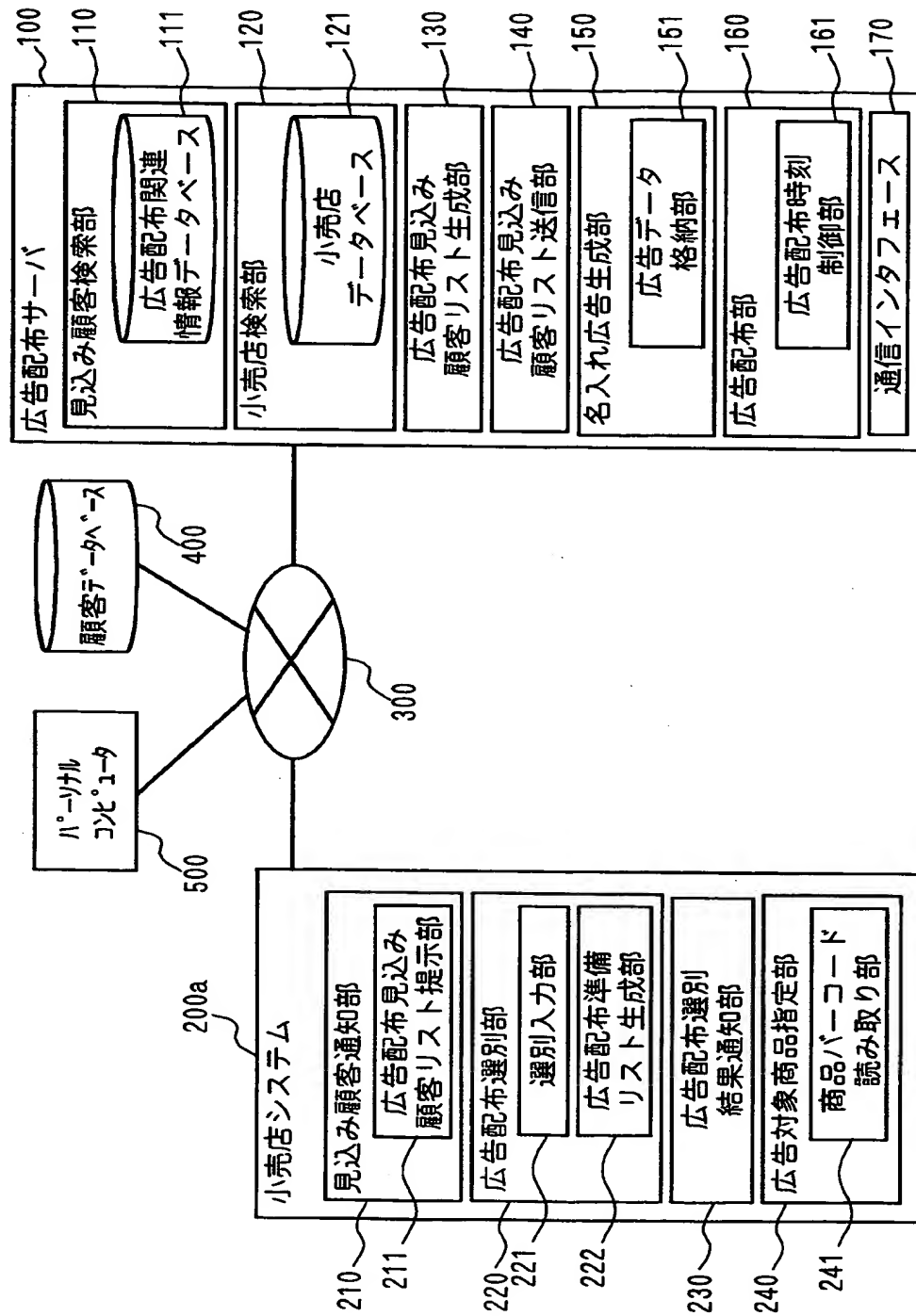
【図 11】



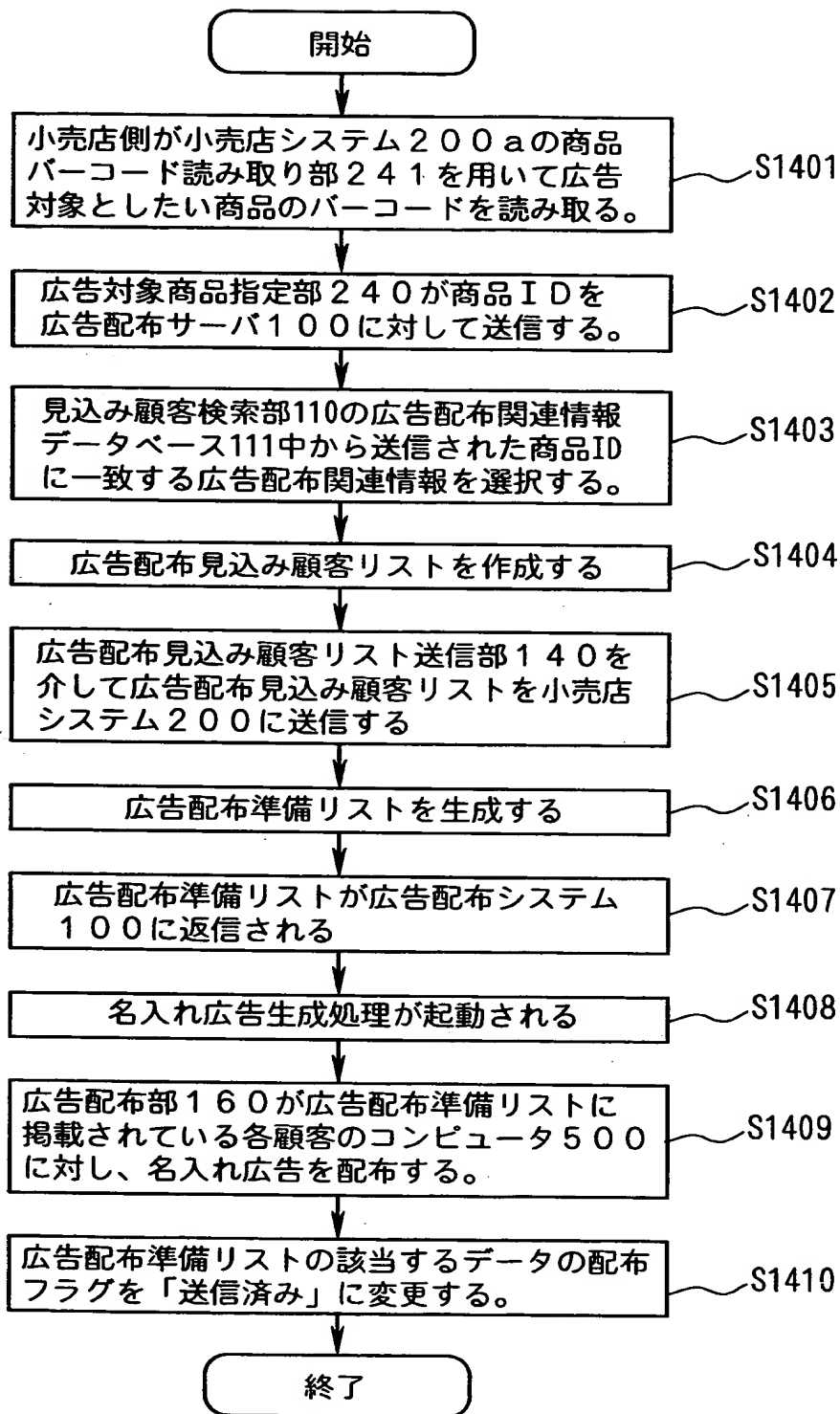
【図 1 2】



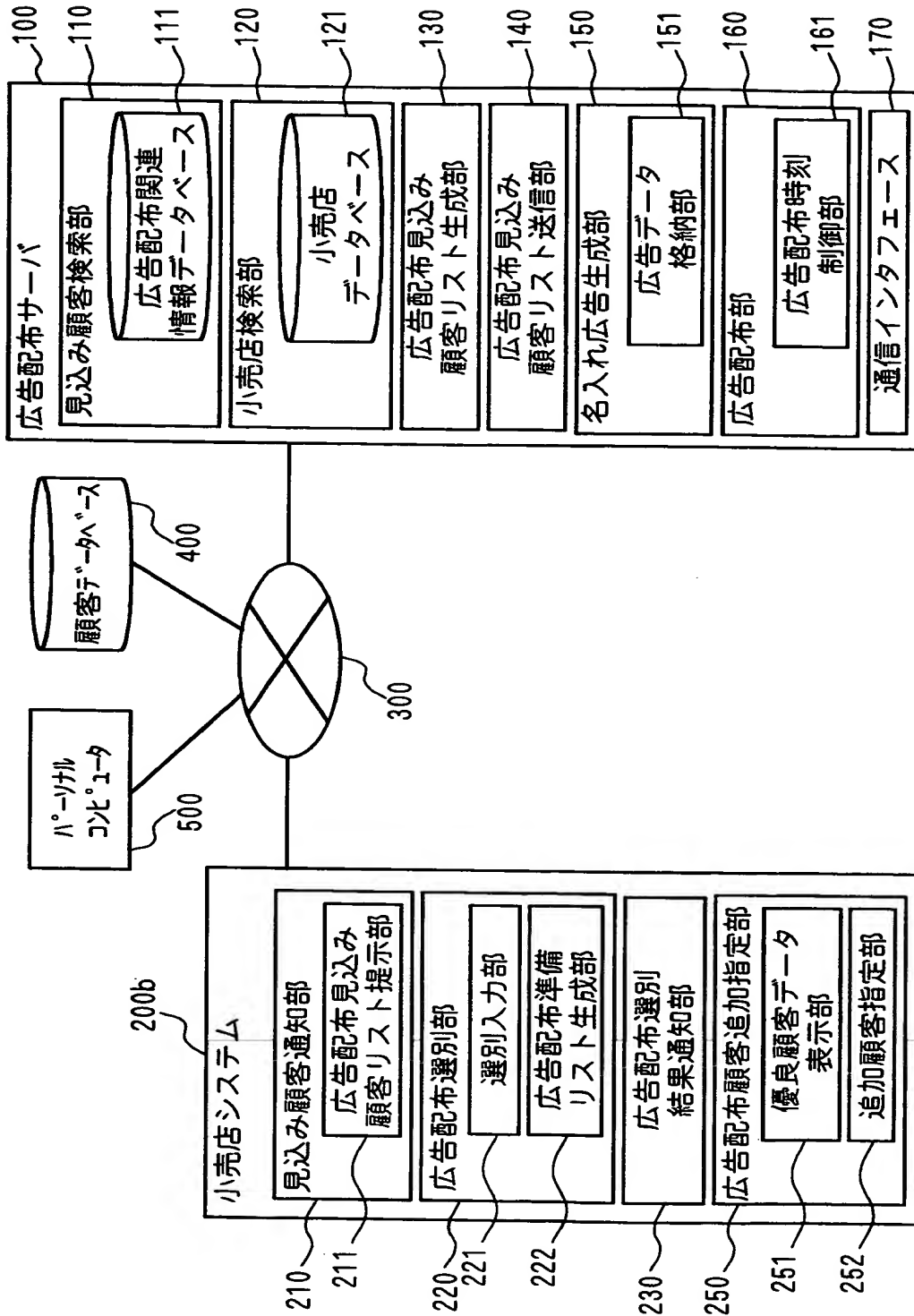
【図 13】



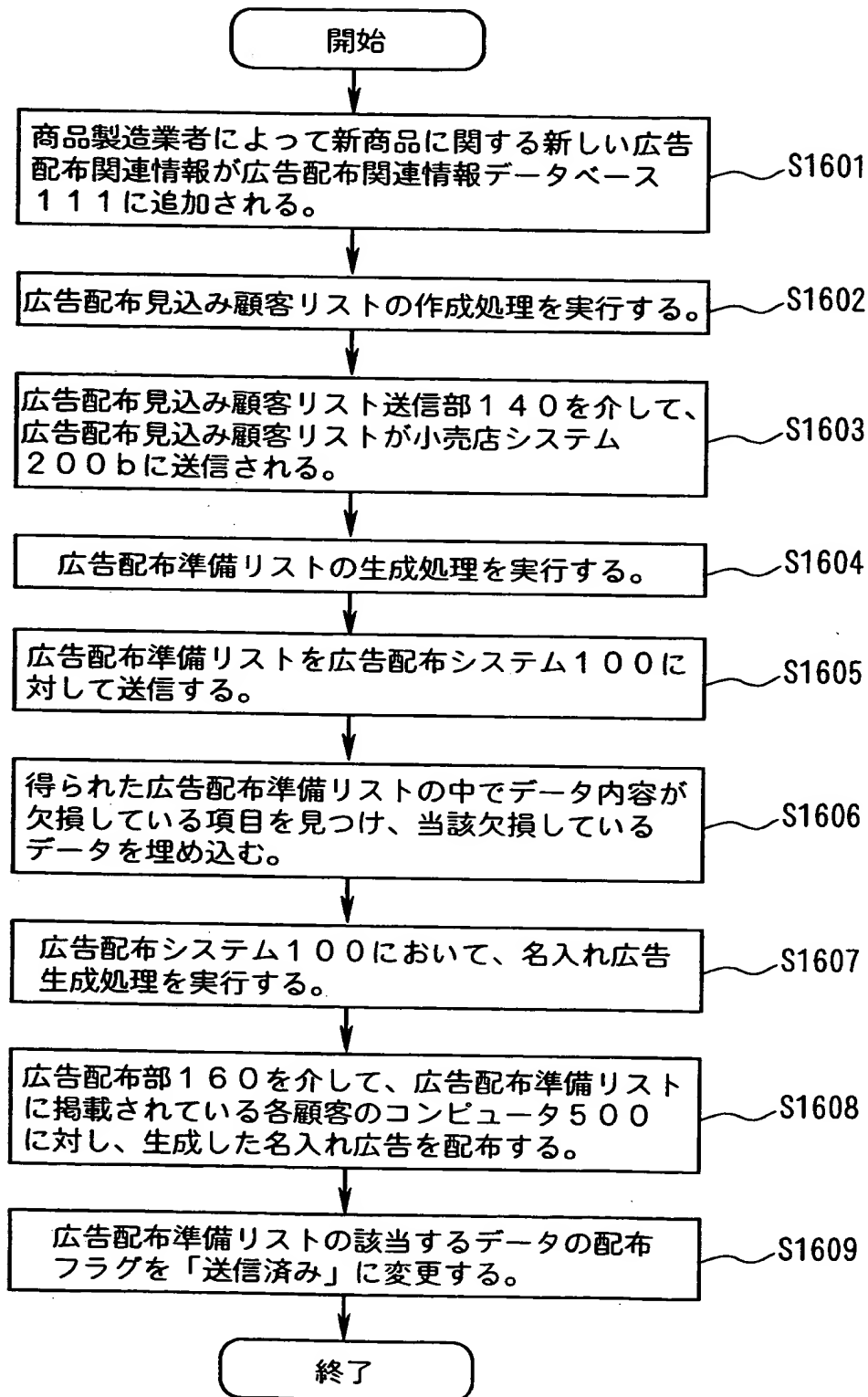
【図 1 4】



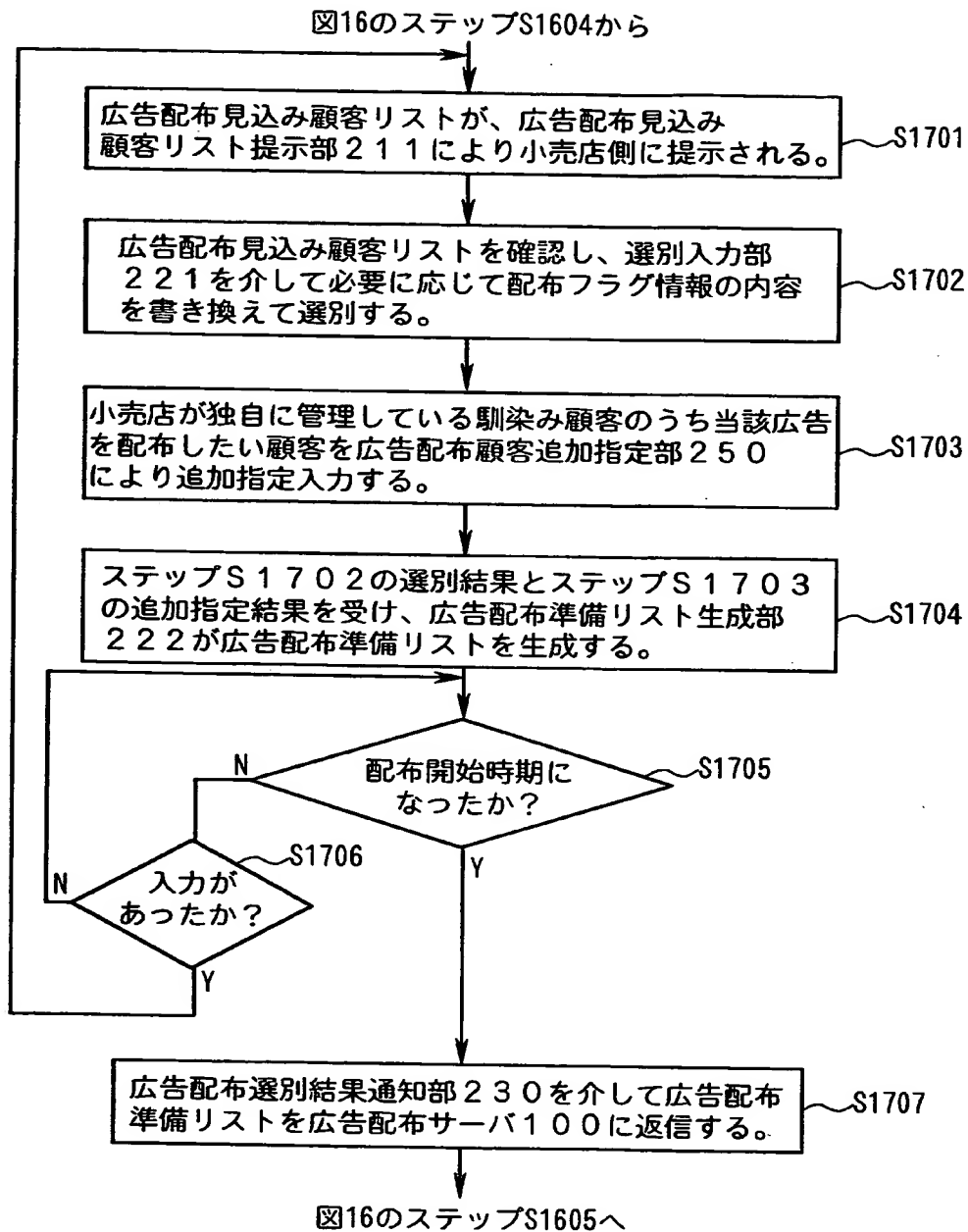
【図15】



【図 1 6】



【図 1 7】



【図18】

顧客名	電子メールアドレス	郵便番号	住所	電話番号
神田陽治	kohda@xxxxx. xxxxx.co.jp	674-8555	--	--
木島裕二	kijima@xxxxx. xxxxx.co.jp	674-8555	--	--
今泉豊秋	toyo@xxxxx. xxxxx.ne.jp	674-8555	--	--
酒伊仁志	sakai@xxxxx. xxxxx.ne.jp	674-8555	--	--

【図 1 9】

顧客名	電子メールアドレス	郵便番号	住所	電話番号	追加指定
神田陽治	kohda@xxxxx. xxxxx.co.jp	674-8555	--	--	
木島裕二	kijima@xxxxx. xxxxx.co.jp	674-8555	--	--	○
今泉豊秋	toyo@xxxxx. xxxxx.ne.jp	674-8555	--	--	○
酒伊仁志	sakai@xxxxx. xxxxx.ne.jp	674-8555	--	--	

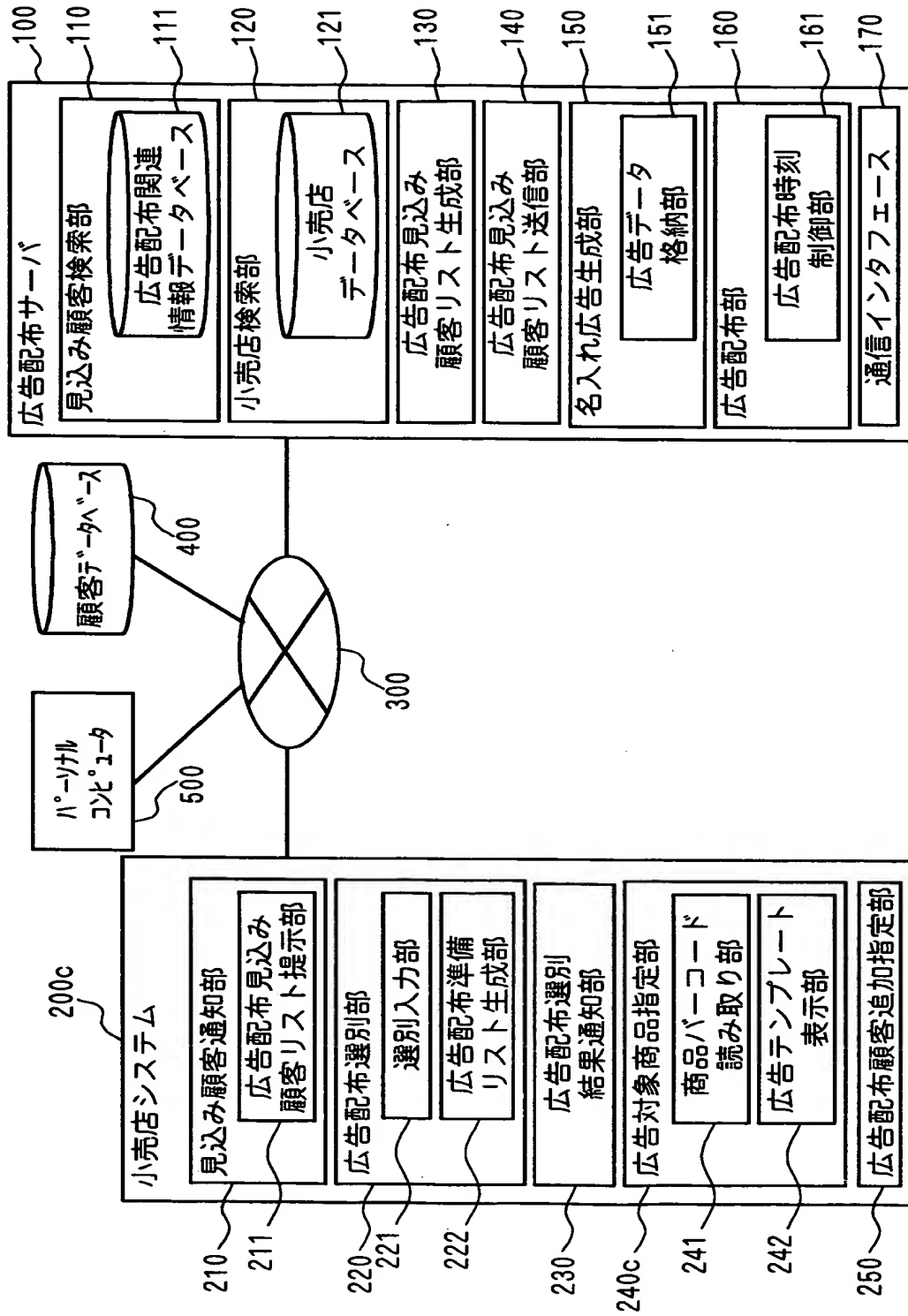
【図 2 0】

商品ID	顧客ID	電子メールアドレス	店舗ID	フラグ
3444	4343	uyama@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み
3444	7323	kohda@x x x x . x x x x .co.jp	322	送付禁止
3444	5445	iwayama@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み
3444		ki jima@x x x x . x x x x .co.jp	322	馴染み
3444		toyo@x x x x . x x x x .ne.jp	322	馴染み

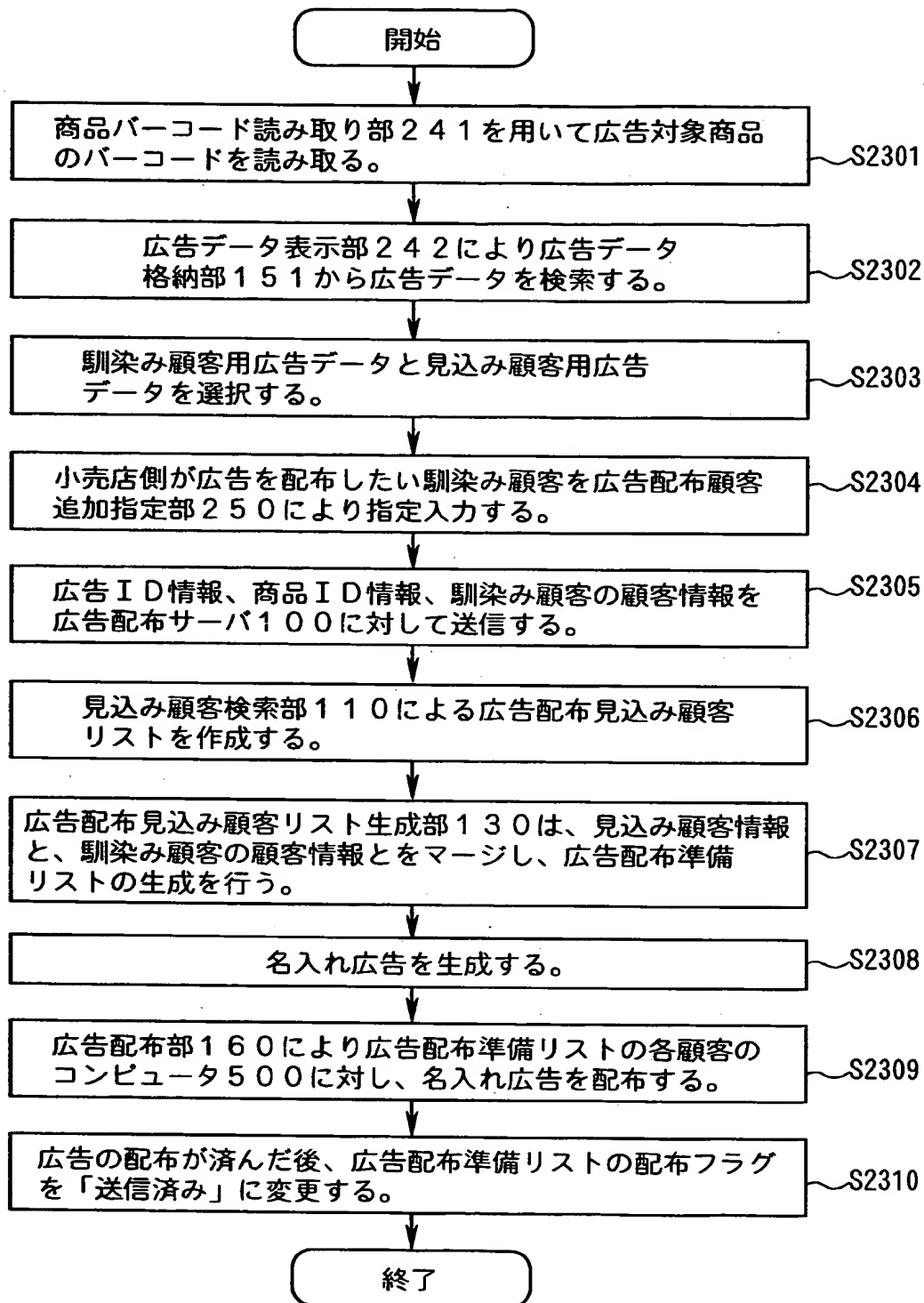
【図 2 1】

商品ID	顧客ID	電子メールアドレス	店舗ID	ﾌﾗｸﾞ
3444	4343	uyama@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み
3444	7323	kohda@x x x x . x x x x .co.jp	322	送付禁止
3444	5445	iwayama@x x x x . x x x x .co.jp	322	見込み
3444	5456	kijima@x x x x . x x x x .co.jp	322	馴染み
3444		toyo@x x x x . x x x x .ne.jp	322	馴染み

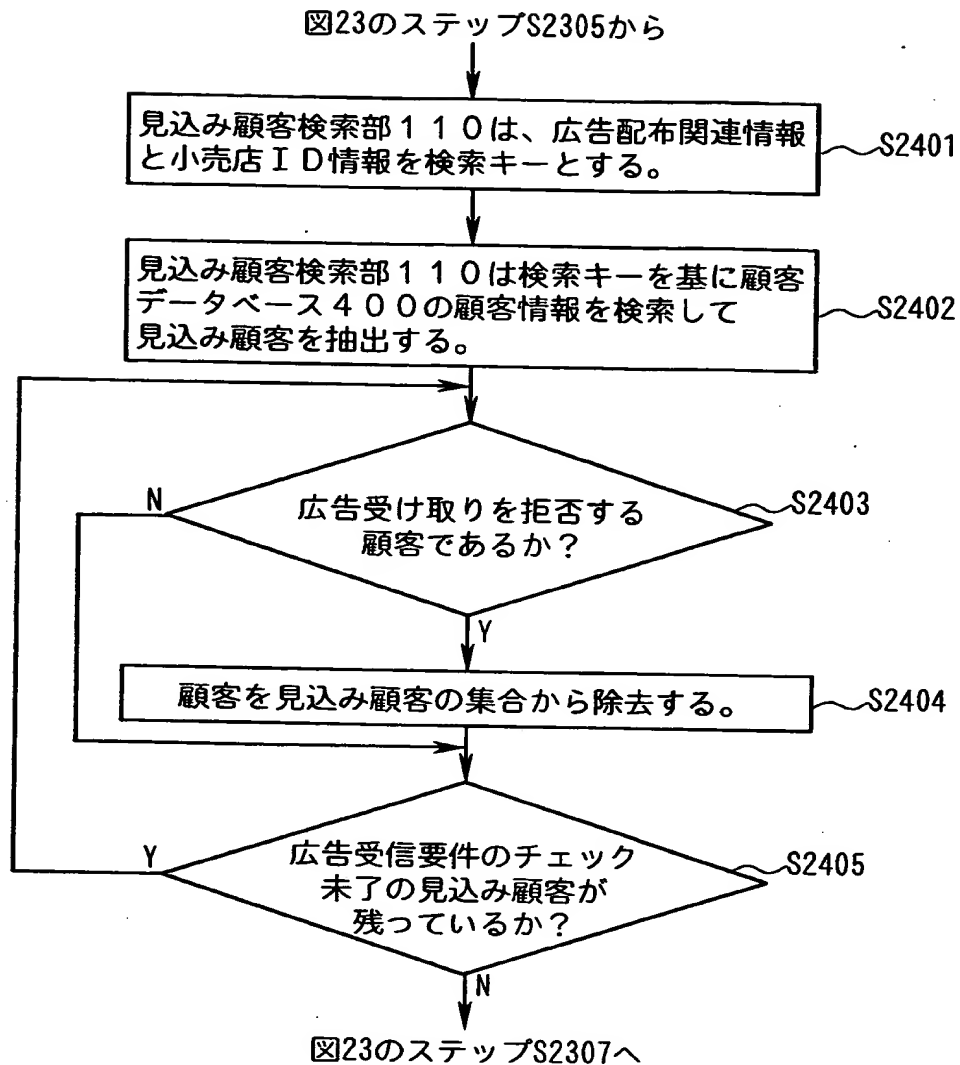
【図 22】



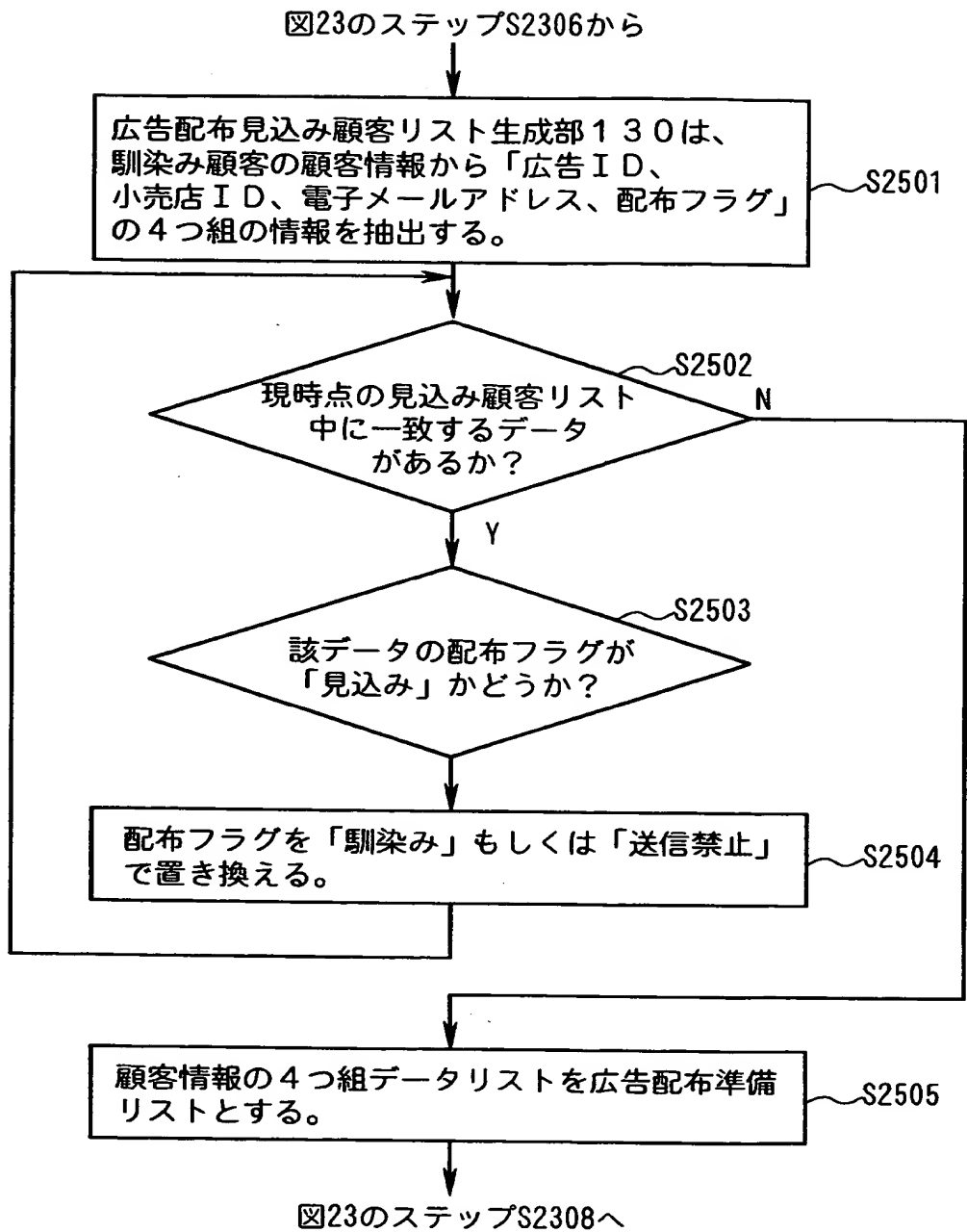
【図 2 3】



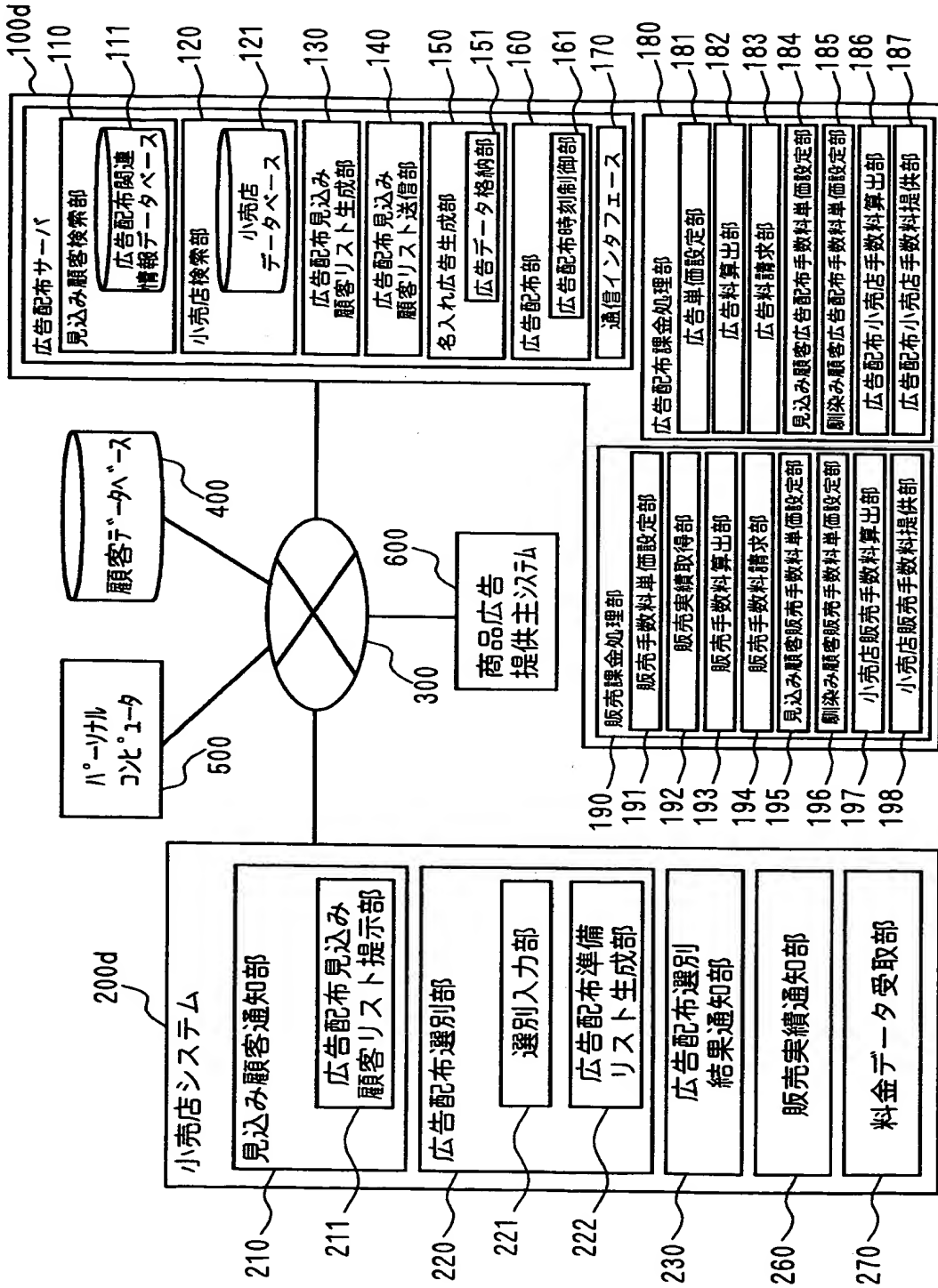
【図 24】



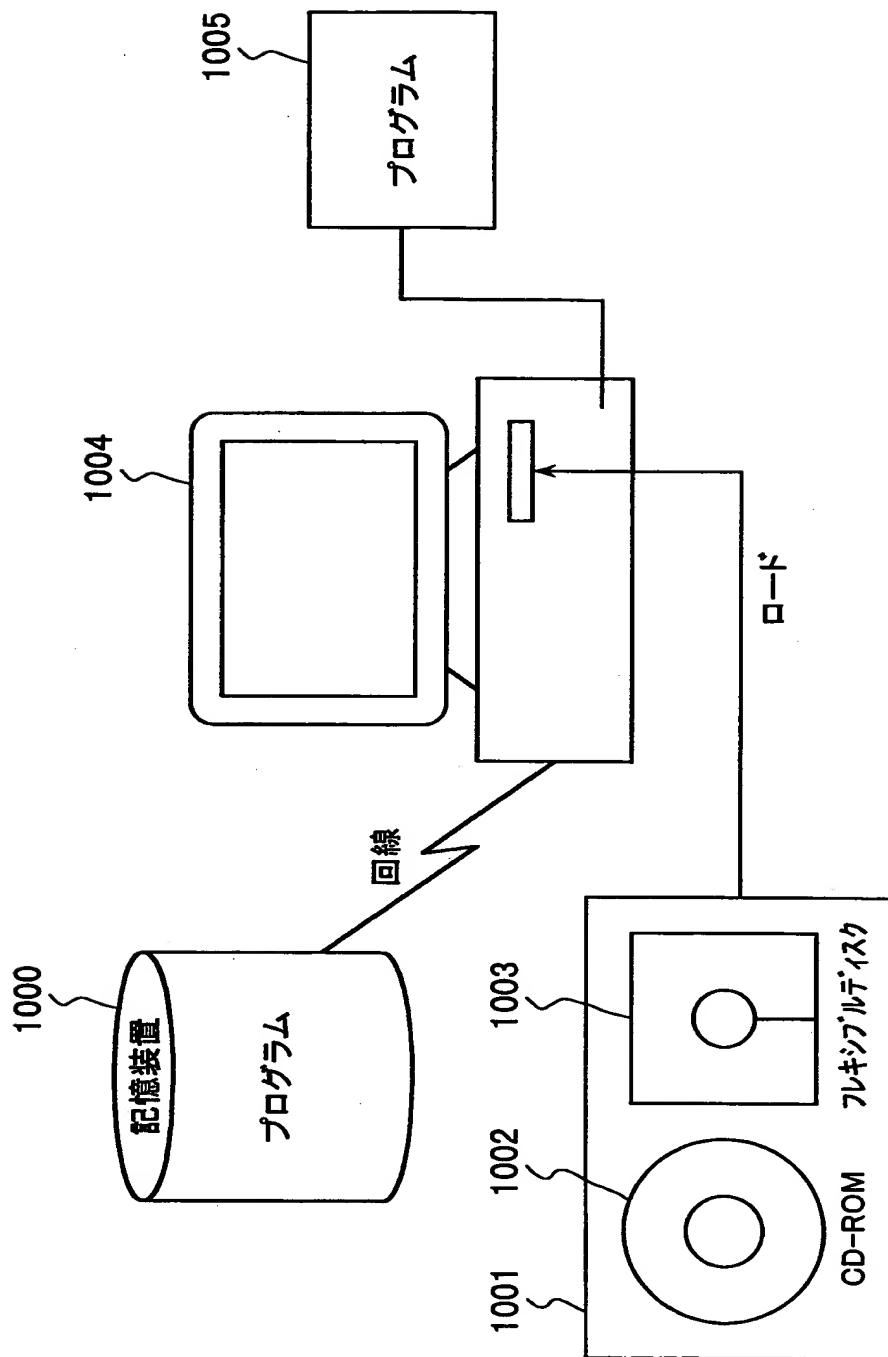
【図 2 5】



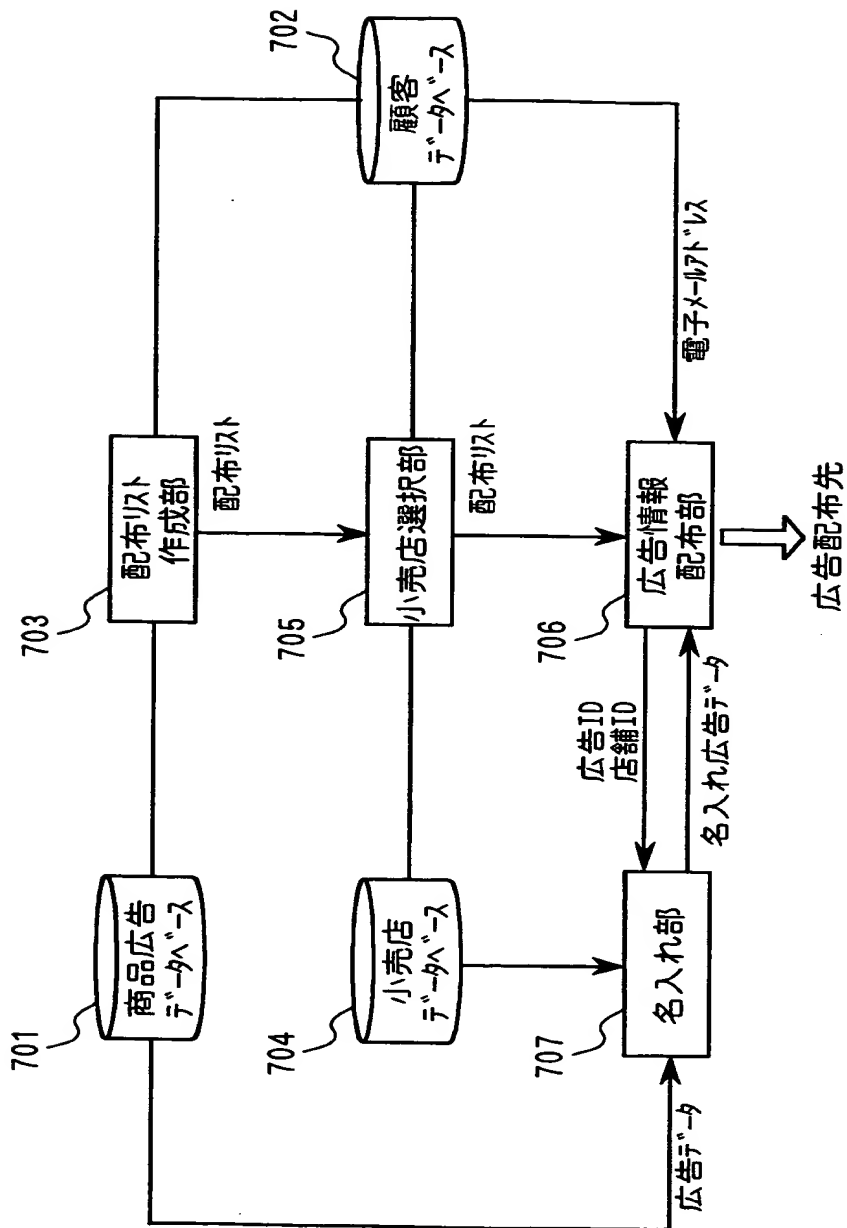
【図 26】



【図 27】



【図 28】



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 見込み顧客をネットワーク大規模顧客DBを用いて発見しつつ、小売店側が広告配布先をきめ細かく調整できる広告配布システムを提供する。

【解決手段】 インターネット上等にある顧客DB400を見込み顧客検索部110が対象商品情報を基に検索し、小売店DB121を小売店検索部120が検索し、広告配布見込み顧客リスト生成部130が小売店ごとの広告配布見込み顧客リストを生成する。広告配布見込み顧客リスト提示部220において該リストを提示し、小売店が各見込み顧客に対して広告を配布するか否かを広告配布選別部230により選別する。広告配布準備リスト生成部230は配布しないと選別された顧客を除いて広告配布準備リストを生成する。名入れ広告生成部150は広告配布準備リストに従って広告データを用いて広告を生成し、名入れ広告配布部160により顧客先に広告を配布する。

【選択図】 図1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000005223]

1. 変更年月日 1996年 3月26日

[変更理由] 住所変更

住 所 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号
氏 名 富士通株式会社